

#RecycleSelfie

*Revisión y reuso del selfie a través de las prácticas
artísticas post-Internet*



Alejandro Mairena Morales

Trabajo Fin de Máster Universitario:
“Arte: Idea y Producción”

Facultad de Bellas Artes - Universidad de Sevilla



#RecycleSelfie: Revisión y reuso del selfie a través de las prácticas artísticas post-Internet

Trabajo de Fin de Máster Universitario en Arte: Idea y Producción

Autor: Alejandro Mairena Morales

Tutor: Fernando García García

V.º B.º del tutor:

Facultad de Bellas Artes - Universidad de Sevilla

Curso 2018-2019

Convocatoria de Diciembre

RESUMEN

¿Qué es el “selfie”? ¿Cómo funciona en la red social? ¿Es el “selfie” el “autorretrato” contemporáneo? A simple vista, puede parecer que el primero de los términos es el resultado del proceso acrónico del segundo, cimentándose en una semántica común. Pero la realidad es bien distinta: el “selfie” es una nueva forma de representación del “yo” que ha adquirido una importancia vital por la aparición de las redes sociales y la sobresaturación de la identidad en la era posmoderna, y que dista del autorretrato en características que merecen ser revisadas. Partiendo de la dicotomía “autorretrato/ selfie”, el presente proyecto inquires sobre la disolución de la frontera entre la “intimidad” y la “extimidad” y el reuso de la imagen en la red social para la construcción de nuevas imágenes, convirtiéndose el método artístico post-Internet en un proceso de reciclaje del selfie.

PALABRAS CLAVES

Autorretrato/selfie, archivo/desecho, imagen durmiente o imagen basura, ciclo de las imágenes, método post-Internet, keep smiling, identidad sobresaturada, intimidad/extimidad, distopía

ABSTRACT

What is the "selfie"? How does it work in the social network? Is the "selfie" the contemporary "self-portrait"? At first glance, it seems that the first of the terms is the result of the acronymic process of the second, cementing a common semantics. But the reality is very different: the "selfie" is a new form of representation of the “self” that has acquired a vital importance due to the appearance of social networks and the over-saturation of identity in the postmodern era, and that is far from the self-portrait in characteristics that deserve to be reviewed. Starting from the “self-portrait/ selfie” dichotomy, the present project inquires about the dissolution of the border between "intimacy" and "extimacy" and the reuse of the image in the social network for the construction of new images, turning the post-Internet artistic method into a process of recycling the selfie.

KEYWORDS

Self-portrait/selfie, archive/disposal, sleeping image or junk image, image cycle, post-Internet method, keep smiling, supersaturated identity, intimacy/extimacy, dystopia

ÍNDICE

<u>INTRODUCCIÓN</u>	pág. 6
OBJETIVOS	pág. 8
METODOLOGÍA	pág. 8
ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN	pág. 9
<u>1. APORTACIONES ARTÍSTICAS</u>	pág. 11
1.1. APORTACIÓN I: <i>BEING FOR YOU</i>	pág. 12
1.1.1. CATALOGACIÓN DE LA OBRA	pág. 12
1.1.2. PROCESO DE CREACIÓN-PRODUCCIÓN	pág. 21
1.2. APORTACIÓN II: <i>APPROPRIATE SELFIE</i>	pág. 24
1.2.1. CATALOGACIÓN DE LA OBRA	pág. 24
1.2.2. PROCESO DE CREACIÓN PRODUCCIÓN	pág. 29
1.3. APORTACIÓN III: <i>REBUILDING ME</i>	pág. 32
1.3.1. CATALOGACIÓN DE LA OBRA	pág. 32
1.3.2. PROCESO DE CREACIÓN-PRODUCCIÓN	pág. 36
1.4. APORTACIÓN IV: <i>SELFIE DE NATURALEZA VIVA CON BRILLITO</i>	pág. 38
1.4.1. CATALOGACIÓN DE LA OBRA	pág. 38
1.4.2. PROCESO DE CREACIÓN- PRODUCCIÓN	pág. 42
1.5. APORTACIÓN V: <i>UN MUNDO ÉXTIMO</i>	pág. 44
1.5.1. CATALOGACIÓN DE LA OBRA	pág. 44
1.5.2. PROCESO DE CREACIÓN-PRODUCCIÓN	pág. 58
<u>2. ARGUMENTACIONES TEÓRICAS</u>	pág. 61
2.1. EL USO DE LA WEB 2.0, LAS RRSS Y EL SELFIE: ESTADO DE LA CUESTIÓN Y CONTEXTO	pág. 62
2.2. DEL AUTORRETRATO AL SELFIE: APROXIMACIÓN Y DIFERENCIACIÓN DE LOS CONCEPTOS	pág. 65
2.2.1. IMAGEN ANALÓGICA – CAPTURA DIGITAL: UN CAMINO DEL ARCHIVO AL DESECHO	pág. 72
2.2.2. UN PARALELISMO EN OTRA FORMA DE ARCHIVO CON EL SELFIE: EL COLECCIONISMO DE PORCELANA	pág. 81
2.2.3. EL ARTISTA POST-INTERNET: UN RECOLECTOR Y RECICLADOR DE IMÁGENES	pág. 83
2.3. EL SELFIE OCUPANTE DEL TODO: LA SOBRESATURACIÓN DEL YO	pág. 94
2.3.1. LA EXTIMIDAD Y LA POLÍTICA DE PRIVACIDAD: CRÍTICA AL POSMODERNISMO Y DISTOPÍA	pág. 99
<u>3. CONCLUSIONES</u>	pág. 101

<u>FUENTES Y REFERENCIAS DOCUMENTALES</u>	pág. 104
<u>ÍNDICE DE NOMBRES</u>	pág. 113
<u>ÍNDICE DE IMÁGENES</u>	pág. 114
<u>ANEXOS</u>	pág. 119
- APORTACIÓN 6: <i>ROSTRO PRESENTE- REPRESENTADO.</i> <i>REFLEXIÓN SOBRE SANTA VERÓNICA</i>	pág. 120
- APORTACIÓN 7: <i>CASCARÓN DE HUEVO</i>	pág. 122
- APORTACIÓN 8: <i>DIARIO GLOBO – EMOTICONO</i>	pág. 124

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Existe un interés intelectual y creativo personal por el “retrato”. La imagen del “yo”, su aparición en el mundo del arte, su trascendencia y la conexión con conceptos que emanan de él, como la identidad, la intimidad, la psicología del sujeto o la propia individualidad, sostienen el principio básico que ha facilitado la realización de este proyecto investigativo-artístico. Dentro del retrato, el llamado “autorretrato” es fundamental para comprender la relación del retratado con su autopercepción: el deseo de verse a sí, de darse a ver o de ser visto.

Una primera conclusión, más intuitiva que basada en un estudio profundo, que conecta anticipadamente al autorretrato fotográfico analógico cotidianizado con la autorrepresentación masiva del individuo común en las redes sociales (en adelante RRSS), justifica la elección del “selfie” como tema de las aportaciones artísticas y argumentaciones teóricas que conforman el presente Trabajo Fin de Máster (en adelante TFM).

En segundo lugar, existe una atracción por cuestiones que tienen que ver con el entorno personal y con las nuevas realidades que influyen en el comportamiento del sujeto, como la disolución de la frontera entre la realidad y la virtualidad. El concepto “virtualidad”, en su origen etimológico latino -“virtus”- (Biosca i Bas, 2009), se entendía como la forma que adquiría aquello que tenía la apariencia de algo real pero que no llegaba a serlo o, dicho de otro modo, lo que falseaba la realidad para hacer creer que se trataba de ella. Este significado ha sido rebasado gassetianamente¹, y hoy hablamos de la “realidad virtual” (unión de conceptos tradicionalmente antónimos) como una nueva realidad, no como la suplantación de la realidad física. No deja de ser, aun tratándose de un tema complejo, algo que conecta de manera directa con la cotidianidad del individuo actual. De este modo, las diversas cuestiones que han interpelado al uso del “retrato” y el “selfie” como los conceptos de la subsiguiente investigación tienen que ver con experiencias personales, dándose un paralelismo entre esta actitud y la posición de indistinción entre arte y vida cotidiana que plantea John Dewey (en Luque-Moya, 2008).

Así pues, en el presente TFM aparecerán definidos conceptos relacionados con el retrato, el selfie y sus aplicaciones artísticas actuales, como el “archivo” o “colección de imágenes fotográficas”, la dicotomía “extimidad/ intimidad”, los procesos que vertebran el “ciclo de las imágenes”, cuya metodología fundamenta la “apropiación” de imágenes de las RRSS y los “procesos artísticos post-Internet”, etcétera. Todos ellos, términos determinantes para comprender la evolución del retrato fotográfico analógico a mediados del siglo XIX hasta la sobresaturación de selfies en el espacio-red en nuestra actualidad más inmediata.

Finalmente, el interés por el selfie proviene de diversos estudios previos a este proyecto, elaborados durante el *Máster en Arte: Idea y Producción*, y cuyas obras aparecen como anexos que complementan la información de la posterior redacción. Específicamente, los trabajos para la asignatura *Retrato, Desnudo y Construcción de la Identidad* y el Trabajo Específico de Asignatura de la materia *Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Investigación Artística*, titulado: *Del retrato*

¹ La expresión “gassetianamente” se refiere a la idea del filósofo español Ortega y Gasset de la sustitución de lo viejo (viejo) por lo nuevo, aplicada a la perspectiva política. En este caso, se ha usado como símil para el entendimiento de la evolución del concepto “virtualidad” o “virtual”.

archivado al retrato desechado: La evolución del retrato desde la fotografía analógica de mediados del siglo XX al retrato en las redes sociales (2018).

O B J E T I V O S

Los objetivos marcados para la realización de este proyecto se dividen en “objetivos teóricos” y “objetivos prácticos”.

Objetivos teóricos:

1. Realizar una indagación histórica y ontológica sobre el retrato y el selfie, cuáles son sus diferencias y sus puntos comunes.
2. Conceptualizar los contrastes entre la fotografía analógica, digital y la imagen interactiva en las RRSS.
3. Establecer una conexión entre las dicotomías “archivo/ desecho” y “autorretrato/ selfie”, insistiendo en el estudio de la evolución de la fotografía desde las décadas finales del siglo XX hasta la contemporaneidad post-tecnológica. Establecer una relación de la operación “reciclar” y la metodología artística apropiacionista del “arte post-Internet”.
4. Hallar acontecimientos precedentes a la democratización de la fotografía, la masificación de selfies en las RRSS y la sobresaturación de imágenes en Internet. Encontrar vinculaciones con la democratización de objetos de porcelana en el hogar común.
5. Cimentar una analogía entre la sobresaturación de selfies en las RRSS y la identidad relativa formulada por la filosofía posmoderna. Ahondar en la antítesis “intimidad/ extimidad”.

Los objetivos teóricos formulados, para mejor comprensión del lector, se desarrollan a modo de ensayo dividido en secciones capitulares en el apartado de “Argumentaciones teóricas”.

Objetivos prácticos:

6. Aplicar todos los conocimientos adquiridos en la realización del Máster.
7. Crear propuestas artísticas con diversos medios y procesos (multidisciplinares).

Estas obras aparecerán en el ítem “Aportaciones artísticas”.

M E T O D O L O G Í A

En un principio, se puede definir el proceso que se ha seguido como inductivo, ya que ha surgido de experiencias, aprendizajes y conocimientos con los que se ha construido una hipótesis genérica. Sin embargo, a partir de esta hipótesis, el proceder ha sido inverso: desde la premisa general de relación del selfie con la identidad relativa, se ha indagado en conceptos concretos. De tal forma, el presente TFM se ha abordado con un proceso inductivo (de la parte al todo) y se ha desarrollado definitivamente a través de un análisis deductivo (del todo a la parte).

En el apartado teórico, el estudio de fuentes bibliográficas, videográficas y la asistencia a ponencias y conferencias relativas a los conceptos utilizados han sido fundamentales. La revisión

y la relectura crítica y comparativa de dichas referencias han llevado a un examen con el que se han obtenido diversas conclusiones.

Por otra parte, en la realización de las propuestas artísticas se ha procedido a la comparación con obras de otros artistas para aportar novedades. De modo que el método analítico-comparativo ha sido fundamental, mayormente en la producción artística personal y en la relación de artistas precedentes que estructuran las argumentaciones teóricas.

Con todo lo dicho, este proyecto presenta obras artísticas fundamentadas en las conclusiones obtenidas tras el análisis de las aportaciones de diversos teóricos y el visionado de las obras de diferentes artistas que las tematizan.

ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN

Para entender la relación del “selfie” y la “identidad sobresaturada” del individuo en la posmodernidad, derivada del desarrollo tecnológico de los medios intercomunicativos, idea que adelanta Michael Foucault a mediados del siglo XX (en Ortega, 2015), es necesario analizar la actividad de los usuarios en las RRSS. El presente TFM se inicia con la exposición de varios estudios sociológicos y estadísticos actuales sobre dicha actividad: Galeano, 2019; IAB Spain, 2018; Mejía-Llano, 2018; etcétera.

Tras esta primera contextualización, se examinan los conceptos “retrato” (“autorretrato”) y “selfie” desde los ámbitos de la etimología y la etiología, prestando especial atención en su evolución ontológica a finales del siglo XIX, durante el siglo XX y al inicio del siglo XXI. A pesar de nacer de una semántica común, la mayoría de críticos están de acuerdo en que son conceptos diferentes, por lo que hay que hallar las características que los disocian. Para tal pesquisa han sido esenciales aportaciones como las que teorizan Walter Benjamin en *Breve historia de la fotografía* (2018 [1931]) o Joan Fontcuberta en *El beso de Judas. Fotografía y verdad* (1997).

Puesto que el selfie es una evolución digital e interactiva del retrato fotográfico analógico, en esta investigación también se subrayan las diferencias que Juan Martín Prada establece entre el “retrato pre-red social” y el “retrato en la red social” (2018), profundizando en los conceptos “archivo” y “desecho” que proponen Ana M. Guasch (2016), Jorge Luís Méndez (2017) o Ana Diamant (2011), entre otros. De estos conceptos se extrae que la masificación de selfies en las RRSS es paralela a la saturación de imágenes en Internet en la llamada era post-tecnológica (Delgado, 2018), configurando una suerte de “basura virtual” de carácter público. La imagen digital de la red social permuta en “imagen desechada” o “imagen basura”, expresiones aportadas personalmente tras la indagación en los conceptos “basura” y “vertido” de Gustavo Bueno en *Telebasura y Democracia* (2002) y “archivo público” de la citada Guasch en *Arte y Archivo, 1920-2010: genealogías, tipologías y discontinuidades* (2016). Estos conceptos también son empleados por artistas contemporáneos como Christian Boltanski, Rosell Meseguer o Andreas Gursky.

El espacio-red, donde aparece el selfie, pervierte la idea de “autoría tradicional” de la imagen al emanciparse del control privado (Fontcuberta, 2016). De esta forma, el selfie puede ser apropiado por cualquier usuario a modo de “cyber-flâneur” (Martín-Prada, 2018), redotándolo de “autoría compartida o relacional”, concepto que explican Roland Barthes en *La muerte del autor*

(1993) y Umberto Eco en *La obra abierta* (1992). El proceso de “apropiación” o “reuso” de la imagen digital (en ella, del selfie) ventricula el “ciclo de las imágenes”, minuciosamente explicado por Myriam Romero Sánchez en su TFM *El ciclo de las imágenes: una aproximación al método creativo post-Internet* (2018), y fundamenta la obra personal *Being for you* (propuesta artística I, 2019). Con el ciclo de las imágenes se separan las dos corrientes artísticas de la era de Internet: el “net art” y el “arte post-Internet”, cuya disociación es establecida por el citado Fontcuberta con el concepto “postfotografía” (2016). Las prácticas artísticas de la era de Internet vehiculan una serie de procedimientos como la “descontextualización”, la “reconfiguración” o “resignificación” de imágenes apropiadas a través de la “yuxtaposición”, el “collage” o el “injerto”, acciones usadas en las obras personales *Appropriate selfie* y *Rebuilding Me* (propuestas artísticas II y III, 2019) y por artistas que pertenecen a la corriente del arte post-Internet: Anegrette Soltau, Corinne Vionnet, etcétera.

El estudio del selfie ha trasladado, otrosí, a un nuevo descubrimiento, inspirado por la tesis hermenéutica en *Verdad y Método I* de Hans-George Gadamer (1997) y por su idea de relectura de los principios sin desechar la contextualidad del receptor (concepto “bildung”). El proceso de archivado íntimo del retrato analógico a mediados del siglo XX puede relacionarse con la “evolución pop, disfuncional y antropométrica” de los objetos de porcelana y su coleccionismo casero en el mismo período. Tras el visionado de obras de artistas como Ana Barriga y Manuel Zapata, se ha cimentado otra de las obras personales: *Selfie de naturaleza viva con brillito* (propuesta artística IV, 2019).

El presente TFM prosigue con una memoria de artistas que utilizan la identidad en las RRSS como tema principal de sus creaciones: Laís Pontes, “Intimidad Romero” o Tristan Pigott, entre otros. También se han analizado contribuciones teóricas al respecto: Fernando Hernández (2012), María Gil Posa (en Serés-Seuma, Soto-Merola y Visa-Barbosa, 2018), Erving Goffman (2012) o Alberto Cardona (2007). De tal modo, se esgrime un apoyo teórico para la premisa de la investigación: la identidad relativa del usuario en las RRSS es producto de la cultura de la imagen y de la necesidad de aceptación del otro en la posmodernidad (García-García, 2019), algo que predijo Kenneth J. Gergen en *El yo saturado: Dilemas de la identidad en el mundo contemporáneo* (1997). De esta conclusión se extrae la idea de “extimidad” que introduce la psicología de finales de los años 80, de la que habla el citado Martín Prada en *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet* (2018) y en *Prácticas artísticas e Internet en la época de las Redes Sociales* (2012).

Para acabar, señalando la falsa “política de privacidad” como una de las causas de la pérdida de intimidad del usuario en las RRSS, se investiga sobre su funcionamiento con textos como *Internet de las cosas* de Manel López (2019). La necesidad del individuo de mostrarse a los demás constantemente puede relacionarse con la crítica al posmodernismo del citado Bueno (en Maestro, 2018) y de José Pablo Feinmann (2012). Esta crítica habla de la polaridad radical como reacción a la realidad poliédrica posmoderna, encontrando similitud con el aumento del extremismo político en nuestra sociedad más inmediata, produciéndose un acercamiento a la “distopía” o “cacotopía” que introdujeron George Orwell en *1984* (2008 [1948]) o Aldous Huxley en *Un mundo feliz* (2017 [1932]). En ello se basa la última obra personal: *Un mundo éxtimo* (propuesta artística V, 2019).

PRIMERA PARTE

1. A P O R T A C I O N E S A R T Í S T I C A S

I. BEING FOR YOU

1.1. APORTACIÓN I

1.1.1. CATALOGACIÓN DE LA OBRA:

BEING FOR YOU

Obra participativa o relacional que consta de las siguientes piezas:

- Dos imágenes individuales, un selfie masculino y otro femenino, configuradas digitalmente por cuatro partes de cuatro selfies distintos apropiados de Internet en *Google Images*. Ambas imágenes subidas a *Facebook*, formando una entrada o “post” con el título “DIME QUIÉN SOY”.

754 x 1134 píxeles (ambas imágenes).

- Dos gifs: obras videográficas compuestas de las mismas imágenes, editadas en un software online (<https://picasion.com/es/>), con texto yuxtapuesto y subidas a *Facebook*.

Creaciones videográficas (archivo gif.).

Reproducciones en bucle.

3”

400 x 600 píxeles

624 kilobytes



Ambas imágenes

Octubre, 2019

Observaciones: Estas piezas están pensadas para su visionado online en el perfil de *Facebook* personal: Alejandro Mairena Morales (<https://www.facebook.com/profile.php?id=1167859662>).

Concretamente, en los siguientes enlaces:

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10217869229940235&id=1167859662

<https://www.facebook.com/1167859662/videos/pcb.10218103447635531/10218103443315423/?type=3&theater>



Fig. 1.1.1. I. Captura de pantalla del post de Facebook *DIME QUIÉN SOY BEING FOR YOU* (#Recycleselfie)
2019

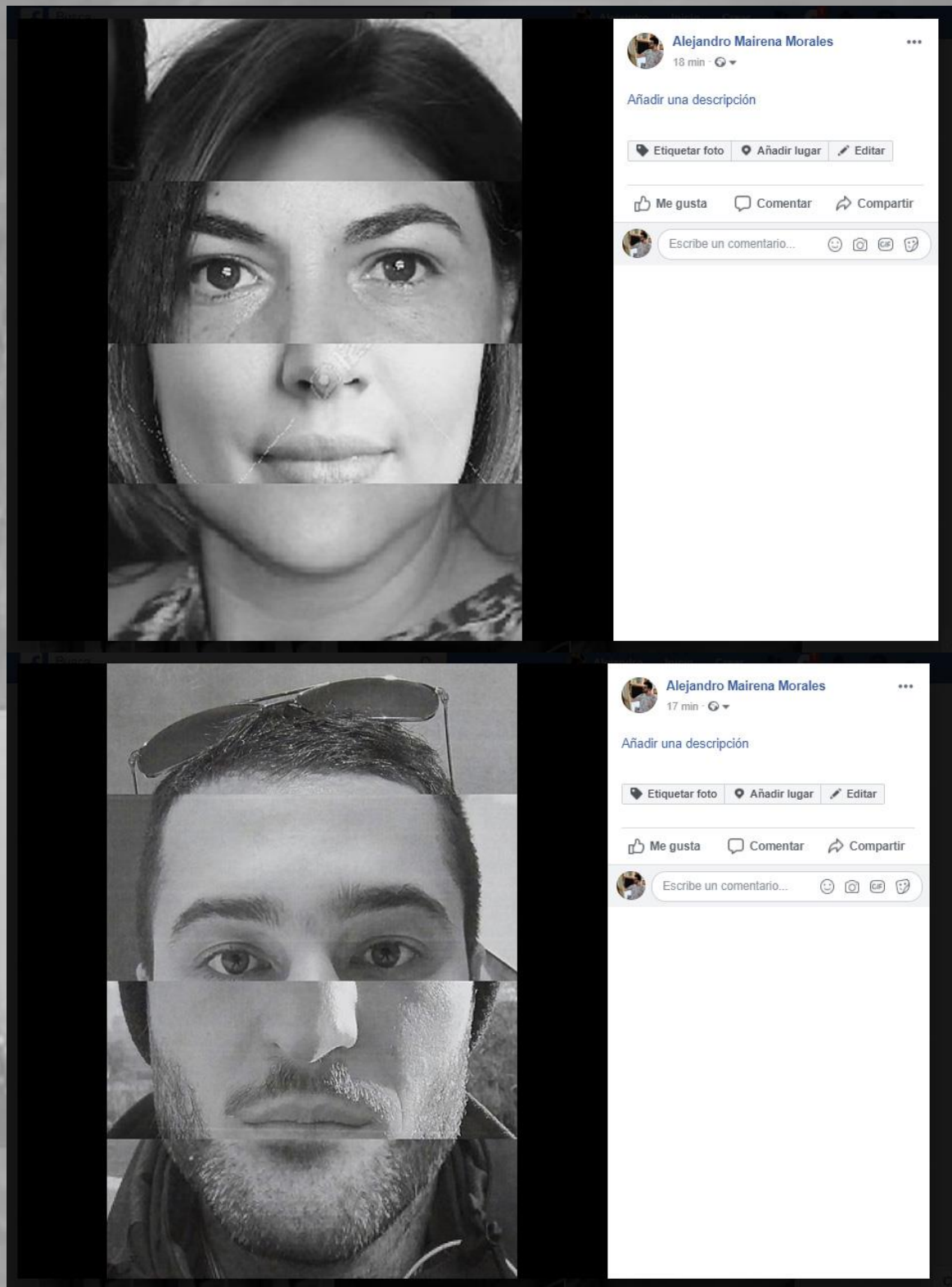


Fig. 1.1.1. II. Captura de pantalla de Facebook, imágenes individuales del post DIME QUIÉN SOY, **BEING FOR YOU** (#Recycleselfie) 2019

■ ■ Vista de cuadrícula

Alejandro Mairena Morales

5 de octubre

DIME QUIÉN SOY

Hola a todos. Necesito vuestra ayuda. Es algo muy sencillo y que me ayudará a cimentar una de las propuestas de las obras para mi TFM. Se trata de crear una obra relacional online, en la que construir la identidad de dos individuos inexistentes a los que añadiremos características propias, por eso os pido colaboración a todos mis seguidores.

A continuación, observaréis dos "imágenes-injerto". Me explico, se trata de dos imágenes en blanco y negro o monocromas formadas por fragmentos de otras imágenes. Estas imágenes son mezclas azarosas de selfies de las redes sociales, a través de los cuales se han obtenido otras aparentes identidades nuevas: una masculina y otra femenina. La idea radica en que, al ver estas dos imágenes, escribáis un breve o extenso (como queráis) comentario exponiendo cuál es el nombre que le pondríais a cada uno de estos personajes ficticios, y una breve descripción psicológica y física de ellos (de qué color pensáis que podría ser su piel, sus ojos, qué carácter tendría, e incluso podéis añadir algún dato personal que os inventéis). El comentario tendrá que ir seguido del hashtag #recycleselfie, para crear un archivo de identidad y una obra de net art (arte en la red) y relacional (todos son autores).

Te pongo un ejemplo: La imagen masculina es Víctor, tiene 32 años, es pálido y rubio. Estudió informática y vive en Cádiz. Es gracioso pero poco sociable. Vive con su pareja, Loli, en un piso de alquiler. Le encanta el cine y odia los insectos. La imagen femenina es Lucía, tiene 29 años, es castaña, de ojos verdes. Trabaja de empleada en un bingo de Toledo. Es un poco prepotente y engreída, pero con las personas a las que considera amigas es todo amor. Vive con sus padres porque odia tener que apañárselas sólo con la comida. Su dependencia le hace no encontrar pareja. #recycleselfie

Fig. 1.1.1. III. Captura de pantalla de las instrucciones del post de Facebook *DIME QUIÉN SOY* *BEING FOR YOU* (#Recycleselfie), 2019



Fig. 1.1.1. IV. Captura de pantalla de algunos comentarios I del post de Facebook *DIME QUIÉN SOY BEING FOR YOU* (#Recycleselfie), 2019



Fig. 1.1.1. V. Captura de pantalla de algunos comentarios II del post de Facebook *DIME QUIÉN SOY BEING FOR YOU* (#Recycleselfie), 2019



Fig. 1.1.1. VI. Captura de pantalla de algunos comentarios III del post de Facebook *DIME QUIÉN SOY BEING FOR YOU* (#Recycleselfie), 2019



Fig. 1.1.1. VII. Captura de pantalla del gif seccionado de ambas imágenes en *Facebook* **BEING FOR YOU** (#Recycleselfie), 2019



Fig. 1.1.1. VIII. Captura de pantalla del gif de ambas imágenes en Facebook
BEING FOR YOU (#RecycleSelfie), 2019

1.1.2. PROPUESTA I: PROCESO DE CREACIÓN-PRODUCCIÓN

Being for you (2019) cuestiona la identidad de los usuarios en los selfies de las RRSS y la “autoría tradicional” de la imagen, transformada en “autoría relacional o colectiva” con el paso del campo de actuación artístico desde la “realidad física” al “espacio digital-virtual”. Este acontecimiento es predicho por teóricos como Umberto Eco (1992) y Roland Barthes (1993), quienes vislumbran que las imágenes dejarán de tener un autor único cuando se expongan en espacios intercomunicativos democratizados (en Fontcuberta, 2016).

La presente obra está formada por dos piezas activas en la red, ambas proyectadas como posts en el perfil de Facebook <https://www.facebook.com/profile.php?id=1167859662>. Se trata de piezas relacionales en las que ha sido esencial la intervención de los usuarios de la propia red social para su ejecución.

1. El primer post, titulado *DIME QUIÉN SOY*, muestra dos imágenes (una masculina y otra femenina) de individuos ficticios. Estas imágenes se han construido de forma digital con injertos de varias partes de cuatro selfies apropiados de RRSS y plataformas de imágenes online, siguiendo la siguiente estructura:

- Injerto 1: Zona frontal, iniciada en el cabello y finalizada en la mitad de la frente.
- Injerto 2: Zona ocular, iniciada en la mitad de la frente hasta llegar a los ojos.
- Injerto 3: Zona nasolabial, desde las ojeras, pasando por los pómulos y hasta llegar a los labios.
- Injerto 4: Finalmente, zona de la barbilla y el busto.



Fig. 1.1.2. I. **Cuatro selfies apropiados** para la realización de la imagen masculina

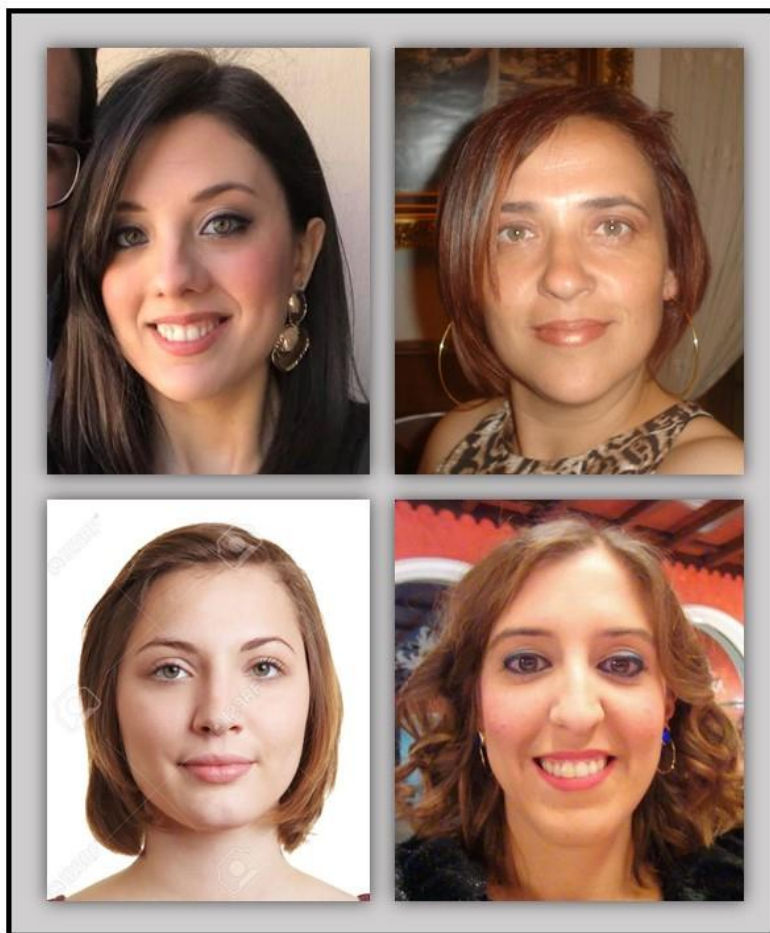


Fig. 1.1.2. II. **Cuatro selfies apropiados** para la realización de la imagen femenina

Tras ser subidas a la red las imágenes obtenidas (véase Fig. 1.1.1. II.), se ha pedido a los seguidores del perfil dar un nombre para cada uno de los personajes ficticios y una descripción inventada de sus vidas, todo ello seguido del hashtag #RecycleSelfie (véase Fig. 1.1.1. III.).

2. La segunda pieza, también subida a Facebook en un post de agradecimiento por la colaboración en la anterior (véase Fig. 1.1.1. VIII.), se ha construido online a través del software de gifs <https://picasion.com/es/>. Se han producido dos gifs o vídeos de corta duración en bucle, donde se combinan los selfies de los personajes ficticios y algunos nombres propuestos en los comentarios de los usuarios, que desaparecen y aparecen sobre ellos continuamente (véase Fig. 1.1.1. VII.).

Being for you se sustenta, pues, en la transformación de la fotografía en la “postfotografía” teorizada por Fontcuberta (2016). El “carácter líquido” de la imagen digital post-tecnológica, es decir, su ausencia de fisicidad, hace que sea desechable y se suba continuamente a las RRSS, incitando a la sobresaturación del propio espacio-red. De esta forma, el selfie del usuario escapa de su control privado, emancipándose de la esfera íntima para pasar a formar parte de las intertexturas del “basurero público” de Internet, término introducido por Gustavo Bueno (2002), donde cualquier otro usuario puede “apropiarse” de él para reutilizarlo a su antojo. Este basurero, según Guasch (2012), puede reordenarse para acceder a imágenes concretas o que se organizan de forma semiótica en “archivos públicos”. Este proceder se consigue en la obra con el uso del “hashtag” #RecycleSelfie.

Sintetizando todo lo anterior, la obra *Being for you* emplea prácticas artísticas “post-Internet” que circunscribe el “ciclo de las imágenes” de Myriam Romero Sánchez (2018), tales como la “imagen-injerto” o la “yuxtaposición”, la “metodología apropiacionista” y la interacción con el receptor de las imágenes para la construcción de la identidad de los personajes ficticios propuestos. Además, organiza en forma de archivo toda esa información con la implementación del hashtag *#RecycleSelfie*, con el que todo comentario o interacción con dichas imágenes serán guardados en el espacio-red de forma ordenada, permitiendo el visionado público de cualquier “cyber-flâneur” (Baudelaire en Martín-Prada, 2018). Para acabar, también existe una relación con las prácticas seguidas en el “net art”, ya que las piezas están expuestas en el espacio-red y pueden tener actividad de forma continua (Olson, 2013).

¿Es la identidad del usuario de la red social un constructo? ¿Su selfie es una imagen que refleja verdaderamente su personalidad? ¿Puede el selfie de la red social ser utilizado por terceros para crear nuevas identidades, perdiendo la imagen el valor de su autor? ¿Influye la intimidad en el control de la imagen de uno mismo? Todas estas preguntas formuladas en esta obra son desarrolladas de un modo más amplio en las argumentaciones teóricas.

II. APPROPRIATE SELFIE

1. 2. A P O R T A C I Ó N II

1.2.1. CATALOGACIÓN DE LA OBRA:

APPROPRIATE SELFIE

- Instalación formada por 26 piezas (selfies apropiados de las RRSS y combinados a través de diversos procedimientos analógico-digitales).

Técnicas múltiples: collages de imágenes impresas, impresión de imágenes creadas con herramientas digitales y diversos tipos de pintura (acrílico, óleo, pintura textil, temple, tinta china, grafito, rotuladores, etcétera).

Soportes diversos: tablas de contrachapado de diferentes grosores, cartón de proyecto, cartón entelado, tablas de aglomerado, etcétera.

126 x 152 cm (total); 30 x 20 cm (cada pieza) e inter-espacio de 2 cm (entre cada pieza).

Marzo-Noviembre, 2019

Observaciones: Esta instalación tiene un carácter abierto, es decir, no pretende finalizarse con el aspecto presente, sino seguir creciendo con la idea de ocupar el espacio físico habitable, así como el selfie ocupa el espacio-red del usuario. Las diferentes imágenes expuestas para ilustrar dicha instalación están realizadas en el estudio personal, ocupando diversas paredes del mismo.



Fig.1.2.1. I. Fotografía de instalación (abierta)
APPROPRIATE SELFIE, 2019



Fig.1.2.1. II. Detalle I **APPROPRIATE SELFIE**, 2019



Fig.1.2.1. III. Detalle II **APPROPRIATE SELFIE**, 2019



Fig.1.2.1. II. Detalle | **APPROPRIATE SELFIE**, 2019

1.2.2. PROPUESTA II: PROCESO DE CREACIÓN-PRODUCCIÓN

Appropriate Selfie (2019) utiliza el selfie apropiado de las RRSS para construir nuevas imágenes a través de las prácticas “post-Internet” (Olson, 2013). Las imágenes del espacio-red son apropiadas para redotarlas de objetualidad y materialidad, regresando al espacio físico tradicional. Respecto a esto, los procesos de creación del artista “pro-user” se diferencian de la metodología del “net art” en el medio de exposición empleado: mientras que el net art establece que el propio espacio digital-virtual es el campo de actuación y manifestación artística, el artista pro-user vuelve a cosificar la imagen digital apropiada de las RRSS para crear obras físicas cuya tematización es la virtualidad, usando procesos que pueden ser digitales o analógicos.

Por otra parte, la presente propuesta artística pretende poner de manifiesto el problema de la “sobresaturación de imágenes” en la posmodernidad, definido por Kenneth J. Gergen (1997). Así como las intertexturas de Internet se “contaminan” constantemente con las imágenes subidas al espacio-red o desechadas por los usuarios de las diversas plataformas interactivas, en esta obra se configura un conjunto abierto (número ilimitado) de selfies reconfigurados o ficticios que ocupan el espacio cotidiano con expectativa de acumularse de forma contaminante o masificada.

De esta forma, *Appropriate Selfie* consta, en el momento presente, de 26 piezas. Todas ellas configuradas por selfies apropiados de la red social *Facebook* y del buscador *Google Images*.

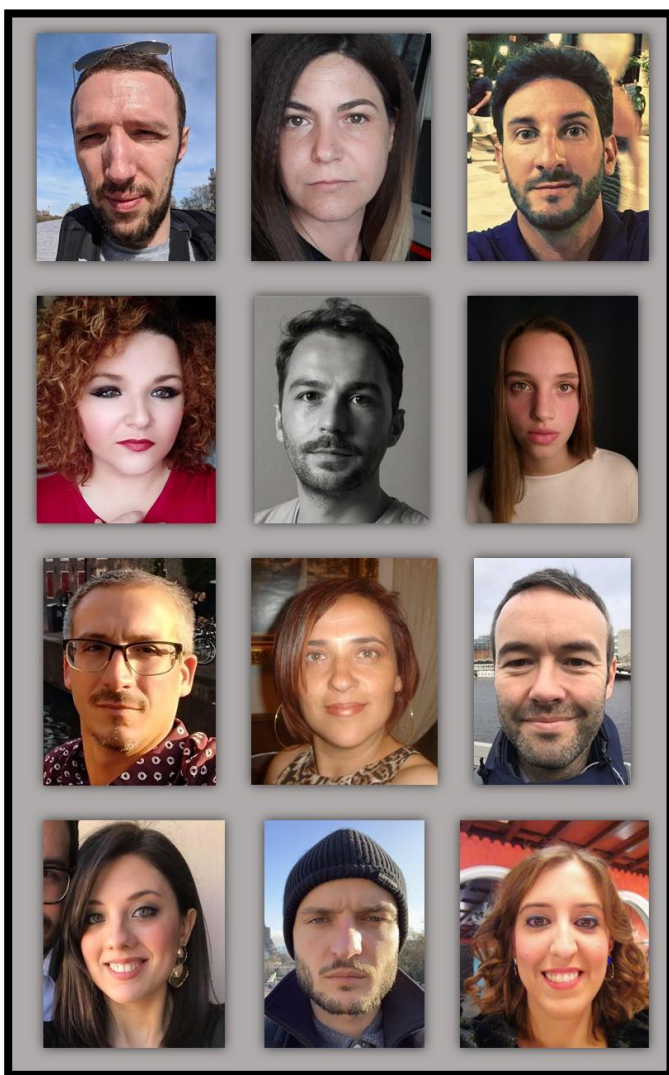


Fig. 1.2.2. I. Conjunto de algunos de los **selfies apropiados**

Tras la búsqueda o “browsing” (Martín-Prada, 2018) de dichas imágenes en la red y su apropiación, se han empleado diversos procedimientos, tanto analógicos (uso de elementos físicos y externos a la digitalización primigenia de las imágenes) como digitales, para la resignificación de dichos selfies. Se han empleado técnicas pictóricas como el acrílico, el óleo o la aguada; procesos de “yuxtaposición” manual y digital por medio de diversas transparencias y superposiciones de los selfies; “collages” e “injertos” de partes de las diferentes imágenes; etcétera. Piezas, todas ellas, adheridas a diversos soportes (tablas de madera con múltiples preparaciones, cartón, etcétera) de un mismo formato: 30 x 20 cm.

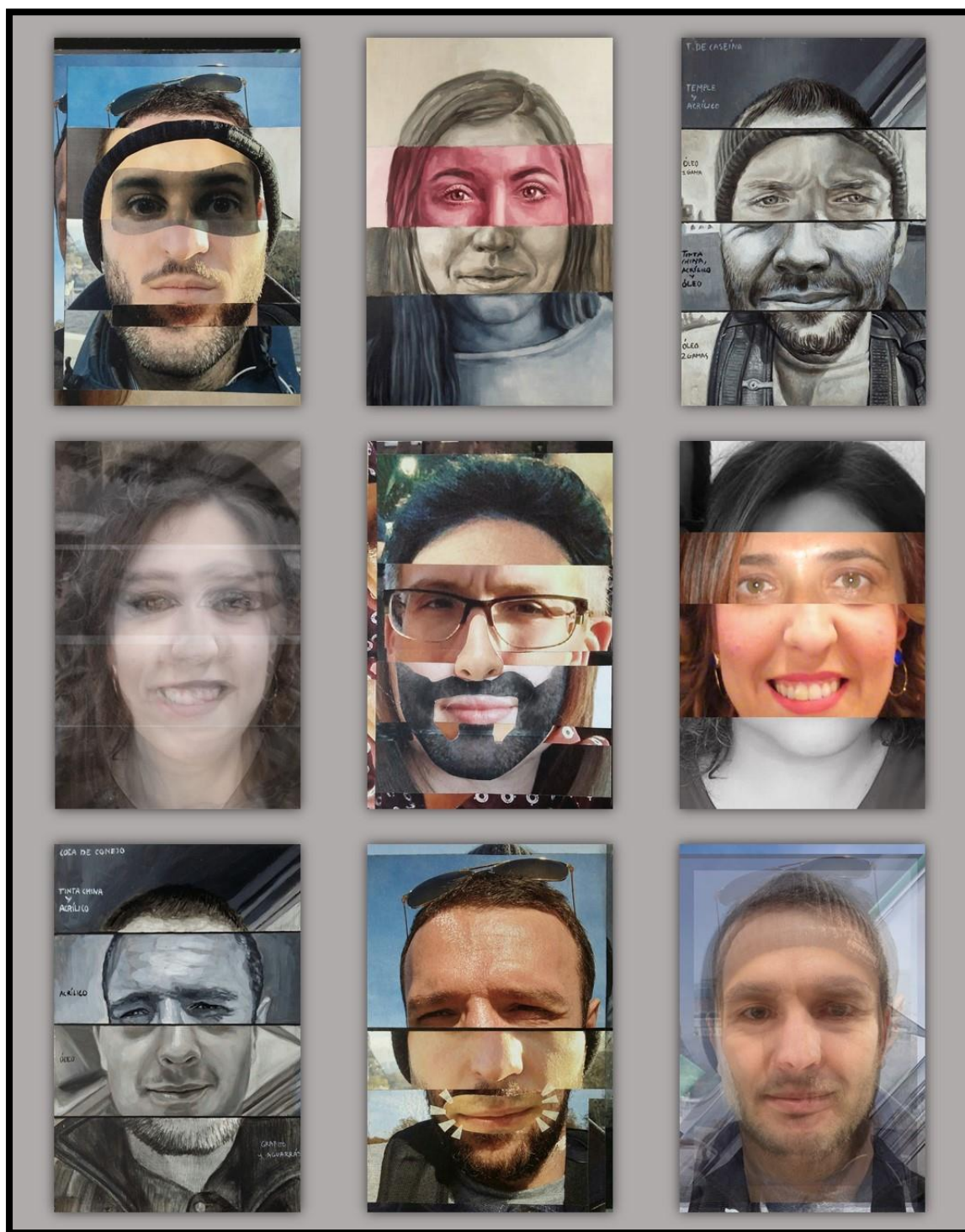


Fig.1.2.2. II. Algunas piezas de la instalación **APPROPRIATE SELFIE**, 2019

¿Es la virtualidad una nueva realidad que ya no se puede disociar de la actividad cotidiana?
¿Es la imagen digital subida a las plataformas interactivas una nueva forma de contaminación?
¿Los selfies de los individuos en las RRSS se han convertido, reinterpretando a Gustavo Bueno (2002), en “imágenes basura”?

Appropriate Selfie pretende incidir en estas problemáticas propias de nuestro tiempo. Combinando procesos que giran en torno al “ciclo de las imágenes” (Romero-Sánchez, 2018) y a la metodología apropiacionista post-Internet, reflexiona sobre el valor de la imagen digital en la realidad virtual como un elemento público; algo que se ha emancipado del ámbito íntimo del individuo a pesar de pertenecer a él primigeniamente. El selfie de las RRSS transgrede, así, del cariz “archivístico privado” que propone Martín-Prada (2018) para la fotografía analógica, hacia la imagen reusable y “líquida” que propone Fontcuberta (2011), que se desecha al “basurero público intertextual” de Internet, pudiéndose reordenar en “archivos públicos” relacionales en el propio espacio-red, como afirma Guasch (2012), o extraerse para construir nuevas narrativas en la realidad física tradicional.

Reusar la imagen preexistente en la red; resignificar lo que ha perdido significado como desecho del basurero intertextual de Internet; configurar una obra a partir de imágenes que han trascendido del control privado; ocupar el espacio habitable de forma sobresaturada en analogía con la presencia sobresaturada del selfie en las RRSS... *Appropriate Selfie* pretende convertir el método apropiacionista del selfie en un reciclaje constante de la imagen digital, reconvirtiéndola en elemento ocupante del espacio común y cotidiano para poner de relieve la existencia de una contaminación de imágenes en la virtualidad post-tecnológica (Delgado, 2018), idea ampliamente explicada en la posterior investigación teórica.

III. REBUILDING ME

1. 3. A P O R T A C I Ó N III

1.3.1. CATALOGACIÓN DE LA OBRA:

REBUILDING ME

- Autorretrato digital compuesto por un mosaico de imágenes mezcladas y reusadas azarosamente en un software online: easymoza.com
26 imágenes de mezclas analógicas y digitales de selfies de las RRSS, repetidas, modificadas e intervenidas por los propios patrones del software para formar la imagen del autorretrato personal.

Fotomosaico
10'3 megabytes
5100 x 7200 píxeles

Mayo, 2019

Observaciones: Para llevar la imagen al espacio museable se utilizarán grandes formatos, intentando que se aprecien los detalles de la misma. En la presentación del presente TFM la imagen será presentada en un formato de 150 x 112 cm.

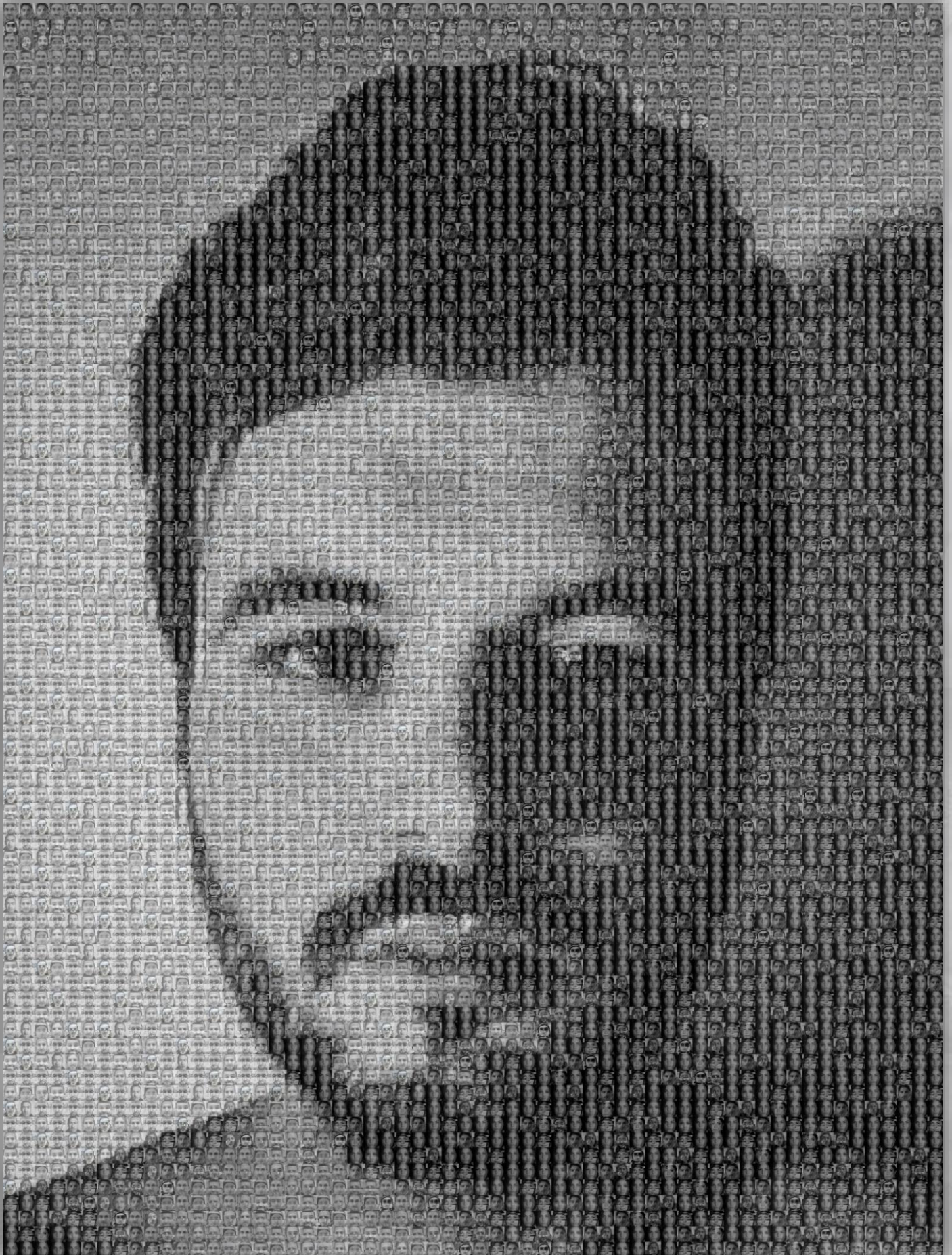


Fig.1.3.1. I. **REBUILDING ME**, 2019



Fig.1.3.1. II. **REBUILDING ME**. Detalle I. 2019

Fig.1.3.1. III. **REBUILDING ME**. Detalle II. 2019

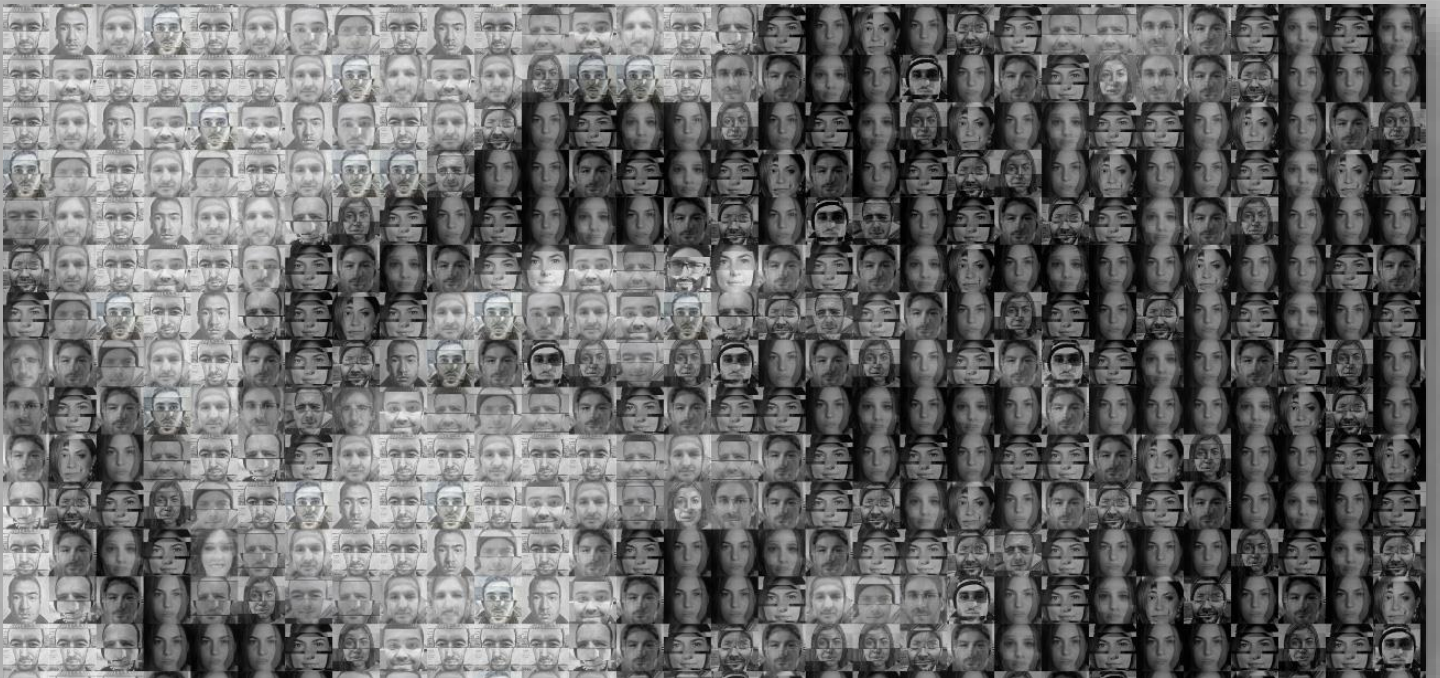
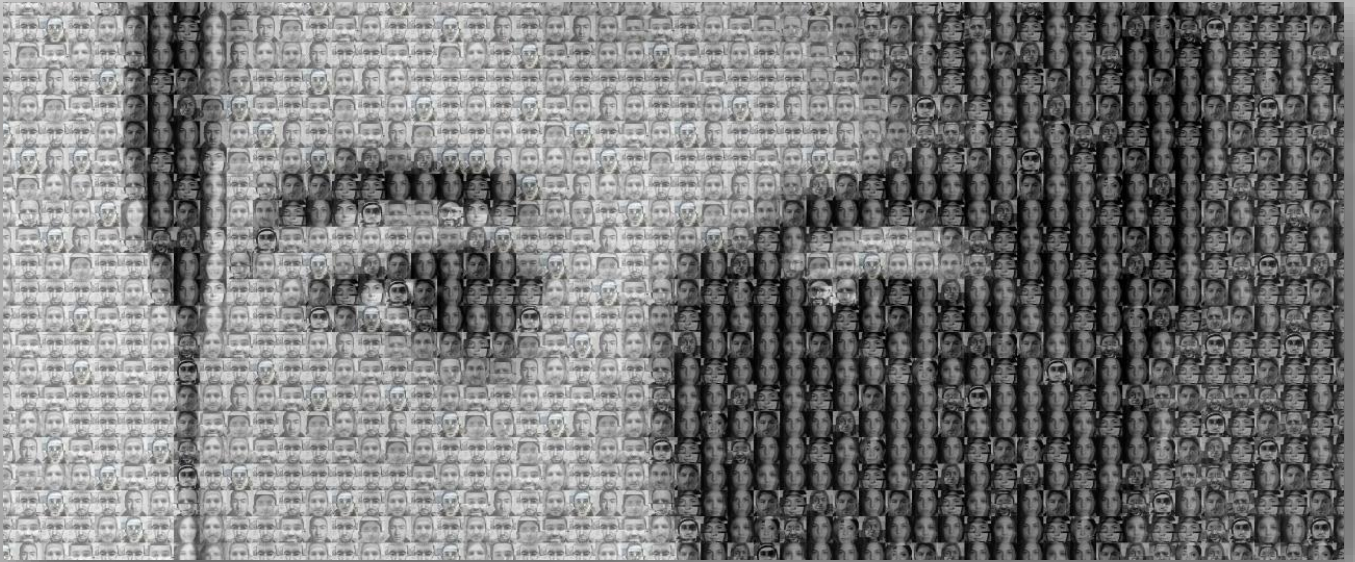


Fig.1.3.1. IV. **REBUILDING ME**. Detalle III. 2019

1.3.2. PROPUESTA III: PROCESO DE CREACIÓN-PRODUCCIÓN

La propuesta *Rebuilding Me* (2019) retuerce aún más el proceso apropiacionista con el reuso de lo reusado. Las imágenes apropiadas de la red social y resignificadas para la cimentación de nuevas imágenes e identidades se unen para construir ahora la identidad del “yo” existente. La mezcla de selfies sacados de las intertexturas públicas del espacio-red erigen el autorretrato propio, que también podría reutilizarse. El proceso de “desecho-rescate-reuso”, pues, es un proceso continuo y cíclico, análogo al “ciclo de las imágenes” de las prácticas post-Internet (Romero-Sánchez, 2018).

En cuanto a lo formal, se trata de un autorretrato digital construido por medio de un mosaico de selfies con identidades ficticias (un total de 26, repetidos centenas de veces). Las imágenes que constituyen el autorretrato son, a su vez, mezclas de selfies de usuarios reales de diferentes RRSS; concretamente, se trata de las piezas creadas para la instalación *Appropriate Selfie* (véase Fig.1.2.1. I.), que han sido digitalizadas. Estas identidades ficticias o selfies de selfies son las mismas imágenes creadas con anterioridad para ocupar el espacio físico, ahora adaptadas de nuevo al “yo digital”. El mosaico se ha realizado “online”, sin injerencias analógicas, a través de un software que mezcla con su propio algoritmo de forma azarosa las imágenes seleccionadas para reproducir una imagen de base (easymoza.com).



Fig.1.3.2. I. **Autorretrato fotográfico** usado como base del fotomosaico , 2018

En *Rebuilding Me*, el reciclaje de lo reciclado diluye la idea contemporánea del concepto “basura”, entendida como algo que debe aniquilarse. Al contrario, y teniendo en cuenta la explicación de Gustavo Bueno (2002) sobre el propio concepto, la “basura” es algo que, por puridad etimológica, está en continuo movimiento, lo que motiva su transformación o reuso. El desecho es algo que está en continuo cambio, que se desplaza entre las intertexturas exteriores al individuo o las texturas de su cotidianidad. Asimismo, la imagen digital de Internet y el selfie de las RRSS pueden volverse a utilizar cuantas veces requiera el usuario, convirtiéndolas en imágenes sin dueño, que divagan entre los diversos horizontes intercomunicativos. En este sentido, el “autorretrato líquido digital” (Fontcuberta, 2011) es, retomando la idea de Walter Benjamin (en Martín-Prada, 2018), una “imagen desecho” o “imagen basura” que, siguiendo las premisas del citado Bueno, acaba formando parte del “basurero público” de Internet. El reuso del selfie sería, entonces, un tipo de ecología, cuyas operaciones pueden ser interminables: así como la sobresaturación de imágenes en Internet tiende a ocupar el espacio-red de forma infinita, el reciclaje de dichas imágenes también puede ser infinito.

¿El selfie es una nueva forma de contaminación que incide en los comportamientos del individuo? ¿Es la contaminación virtual un problema que debe ponerse de manifiesto? ¿Urge reutilizar las imágenes existentes y dejar de crear nuevas imágenes para no seguir sobresaturando la realidad virtual?

En la presente propuesta se incide en estas cuestiones, exprimiendo la idea del reuso constante de las imágenes preexistentes y construyendo identidades ficticias a partir de identidades reales apropiadas que vuelven a edificar la identidad real del yo. La imagen pasa por tres fases: la apropiación, la resignificación y la reconstrucción, temas que ya trataron artistas como Robert Silvers en *Bill Gates Portrait* (en Gibson y Lynton, 2001: 260) o Joan Fontcuberta en *Món II* (2008), y que se describen de forma más extendida en las posteriores argumentaciones teóricas.

IV. SELFIE DE NATURALEZA VIVA CON BRILLITO

1.4. APORTACIÓN IV

1.4.1. CATALOGACIÓN DE LA OBRA:

SELFIE DE NATURALEZA VIVA CON BRILLITO

Serie conformada por dos performances recogidas en diversos formatos:

- Performance 1: *HOMO PORCELANOSUS*
Esta primera acción ha durado 10 minutos aproximadamente y ha sido recogida en dos fotografías.
Primera fotografía: 6'18 megabytes
2872 x 4302 píxeles
Segunda fotografía: 9'70 megabytes
3545 x 6016 megabytes
- Performance 2: *RECETA PARA NATURALEZA VIVA CON BRILLITO*
Esta segunda acción ha sido recogida en vídeo:
Video-performance (archivo mp4.)
2' 20"
327 megabytes

Febrero, 2019

Observaciones: La idea principal de esta obra es la realización de acciones y performances en el entorno hogareño donde se produce el coleccionismo de estos objetos de porcelana. El resultado de las acciones, fotos y vídeo, serían las piezas museables. Estas piezas están concebidas para una impresión y proyección a escala real (1:1), pues uno de los objetivos de la serie es la redimensión humana del objeto de porcelana. En caso de que las obras resultantes de las acciones se llevaran a la galería, debería contarse con un fotógrafo profesional que las inmortalice. Si fueran las propias acciones las que se llevaran a la galería, habría que diseñar un espacio escenográfico acorde a la decoración mobiliaria descrita dentro de ella (un salón o un habitáculo en el que haya algunas estanterías o armarios con vitrinas donde se muestren estos objetos).



Fig.1.4.1. I. Fotografía I de performance *HOMO PORCELANOSUS. SELFIE DE NATURALEZA VIVA CON BRILLITO*, 2019



Fig.1.4.1. II. Fotografía II de performance *HOMO PORCELANOSUS. SELFIE DE NATURALEZA VIVA CON BRILLITO*, 2019



Fig.1.4.1. III. Fotogramas 00:34" y 01:47" de la video-performance *RECETA PARA NATURALEZA VIVA CON BRILLITO*. **SELFIE DE NATURALEZA VIVA CON BRILLITO**, 2019

1.4.2. PROPUESTA IV: PROCESO DE CREACIÓN-PRODUCCIÓN

No me interesa la filosofía de un país que está a miles de kilómetros ni su estructura de pensamiento; me interesan, por absurdos que parezcan, los temas de mi día a día y de mi entorno. Si veo croché, viví las matanzas de cerdos en casa de mis padres y me visto de flamenca para la feria de mi pueblo, sobre eso construyo mi discurso, sobre eso me interesa hacer pensar (Albarracín, 2018).

Todos los días, al subir a mi estudio, situado en el ‘soberao’² de la casa de mis abuelos paternos, he de atravesar por un comedor de aspecto antiguo, como de otro tiempo, y mirar aquel mueble hacinado de figuritas de porcelana, vajilla cerámica de coleccionista y otros tantos objetos que destellan el brillo inconfundible de su blancura. Al pasar para subir por las escaleras, me pregunto por qué esos objetos se cuidan tanto, por qué se mantienen, por qué se les da tanto mimo cuando, aparentemente, son innecesarios.

Selfie de naturaleza viva con brillito (2019) alude al uso de los objetos y figuras de porcelana como elementos esenciales en la estética hogareña, en la que temas externos quedan subyugados por lo cotidiano, cuya trascendencia supera lo aparente. El coleccionismo de objetos y figuras de porcelana es paralelo al archivo de retratos fotográficos analógicos en el hogar tras la democratización de la fotografía (Guasch, 2012). Ambos están dotados de memoria testimonial por su necesidad de fisicidad (Pinto, 2017), y podrían describirse como “objetos sólidos” retomando el concepto de “imagen sólida” de Fontcuberta (2011).

La evolución del “Gabinete de porcelana”³, la modificación funcional y ornamental de este material o la antropometría en los objetos fabricados (Divis, 1989) sustancian la idea de esta serie fotográfica y videoperformativa, en la que se divaga sobre conceptos como el camuflaje del yo en un contexto impersonal, estableciendo una analogía con la disipación del límite entre lo virtual y lo físico en el mundo del selfie en las RRSS, el decorativismo y la transformación del cuerpo vivo en materia inerte y coleccionable. Del mismo modo que la imagen digitalizada en el espacio-red se vuelve objeto camuflado en las intertexturas de Internet y es visualizada, según Martín Prada (2018), por cualquier “cyber-flâneur”, el selfie ‘porcelanizado’ se emancipa del yo para formar parte de una colección en el hogar común, sometida al visionado de sus visitantes.

La obra *Selfie de naturaleza viva con brillito* está conformada por dos acciones en el hogar habitado, justamente en aquellas zonas donde se da el coleccionismo casero de objetos de porcelana:

1. La primera acción, *Homo porcelanosus*, cuestiona a modo satírico la deformación pop del “Gabinete de porcelana” en estanterías y demás mobiliario en la actualidad, e induce al concepto de sumersión en el entorno, en un proceso recogido a través de la fotografía. En su realización, el cuerpo, disfrazado y maquillado de muñeco de porcelana, se camufla en el escenario repleto de objetos cerámicos.

2. *Receta para naturaleza viva con brillito* pretende reflexionar sobre la evolución disfuncional del propio objeto de porcelana, en cuyos orígenes tenía un fundamento comensal y poderdiano (Olivar-Daydi, 1953). Este tema se ha tratado con una nueva acción recogida en vídeo. En ella se

² Habitáculo pequeño de la planta alta de algunas casas antiguas.

³ En el siglo XVII, el coleccionismo de objetos de porcelana era un instrumento de poder que reflejaba la capacidad económica del coleccionista, ya que eran objetos de lujo.

cocinan figuras de porcelana dictando a modo de receta la composición química tradicional de dicho material (Divis, 1989). En esta segunda acción se incorporan en la escena elementos como una tabla de cocina, un martillo para romper algunos de esos objetos cerámicos, un hornillo de gas, una espumadera y una sartén. Todos ellos hablan, además del componente gastronómico que connota la función primigenia de la porcelana (Olivar-Daydi, 1953), de la destrucción frente a la fragilidad o de lo coleccionable y lo desechable.

Transformar el cuerpo humano en cuerpo porcelanoso; la carne, llena de vida, irregular y porosa, en algo frágil pero duro, inerte y hierático, de superficie fría y perfecta, sustituyendo la antropomorfosis por la “porcelanomorfosis”⁴. Este disfraz o transformación redimensiona la estatuariedad menor de la porcelana y el significado de los objetos de este compuesto a través del uso del cuerpo. Así, se ofrece un conjunto de imágenes obtenidas con acciones que inciden sobre la evolución de lo poderdiano y clasista a lo democrático y disfuncional en el coleccionismo popular.

Selfie de naturaleza viva con brillito, por tanto, establece diversas uniones entre conceptos contradictorios, fundamentando su narrativa en base a la dicotomía o hibridación: lo humano/ lo objetual, el coleccionismo dinástico/ la colección en el hogar común, lo vivo/ lo inerte, lo funcional/ lo disfuncional, el archivo/ el desecho. Todos ellos, binomios desarrollados en la investigación del presente TFM.

⁴ Conversión del cuerpo humano en porcelana (concepto inventado).

V. UN MUNDO ÉXTIMO

1.5. APORTACIÓN V

1.5.1. CATALOGACIÓN DE LA OBRA:

UN MUNDO ÉXTIMO

Obra conformada por:

- Novela ficticia titulada *Un mundo éxtimo*:
 - Portada de la novela con la personaje principal.
Imagen digitalizada y editada con Photoshop y Paint 3D
181 Kilobytes; 796 x 1092 píxeles
 - Sinopsis de la novela, resumen y diálogo entre la protagonista y un personaje secundario.
- Creación de imagen y propaganda electoral del líder político que aparece en la novela:
 - Imagen del líder *El Gran Español Común*.
Imagen digitalizada y editada con Photoshop y Paint 3D
126 kilobytes; 1096 x 1115 píxeles
 - Bandera del PEE (Partido Éxtimo Español).
Imagen previa (imagen realizada en Photoshop y Paint 3D)
37'1 Kilobytes; 1280 x 720 píxeles
Bandera final: Imagen de la bandera impresa sobre tela; 50 x 70 cm (realizada por la empresa "Foticos S.L.")
 - Pines del partido y del líder (20).
Chapas personalizadas realizadas por la empresa "Pachapa S.L."
Impresión en plástico; r = 1,85 cm, ø = 3,7 cm
 - Cartel de propaganda del líder.
Imagen previa: Imagen digital creada en Photoshop
195 Kilobytes; 1123 x 1587 píxeles
Imagen final: Cartel impreso en papel; 40 x 30 cm (40 copias)
- Intervención urbana pegando carteles del líder (día 25 de octubre de 2019, inicio de la campaña electoral para las generales españolas del 10 de noviembre de 2019)
- Retrato del líder: Acrílico y óleo sobre tabla entelada; 40 x 30 cm

Febrero-Octubre, 2019

UN MUNDO ÉXTIMO

ALEJANDRO MAIRENA MORALES



Fig.1.5.1. I. Portada **NOVELA UN MUNDO ÉXTIMO**. 2019

SINOPSIS

“Alicia es una joven de 25 años que vive en Madrid. Su vida es tranquila. Es independiente y tiene muchos sueños ambiciosos. Disfruta de sus aficiones, pero odia lo virtual: prefiere el contacto social real al interactivo y telemático; es un raro espécimen en un mundo completamente colapsado por las TIC.

Su cotidianidad es apacible, pero pronto se verá truncada... Un 12 de septiembre de 2084 comienza a recibir continuas llamadas y mensajes holográficos que le instan a unirse a la causa de “LOS RECICLADOS”. Nunca se preguntó por su pasado, pues nunca lo necesitó. Su felicidad se disipará al descubrir que ya no puede saber quién es al mirarse al espejo.”

Fig.1.5.1. II Sinopsis **NOVELA UN MUNDO ÉXTIMO**. 2019

RESUMEN

La novela narra la distopía de la España de 2084, en la que, a través de los avances en la nanotecnología y la biogenética, se han logrado fabricar nuevos individuos mezclando selfies de las RRSS. Estos individuos se integran perfectamente en la sociedad como ciudadanos reciclados, pues la natalidad ha sido prohibida debido a los problemas demográficos del país. Sin embargo, la integración social de dichos individuos no es más que un pretexto que los mantiene subyugados a las órdenes de humanos no reciclados a los que se les ha dotado de una mayor cantidad de tiempo de vida (los avances tecnológicos en la medicina han permitido que la vida se prolongue hasta límites insospechados) a cambio de mucho dinero. Los ciudadanos no reciclados o comunes más acaudalados, por tanto, copan los estratos más altos de la sociedad y el poder del gobierno, dejan morir selectivamente a los ciudadanos comunes que no interesan para la prosperidad (también llamados populacho) e integran en sus vidas para su servidumbre, su bienestar y sus propios beneficios a humanos reciclados cuyas conciencias de sus propias identidades han sido borradas en su creación.

El punto de inflexión se produce cuando muchos de esos individuos reciclados logran ser libres por buena servidumbre a sus amos. Tras liberarse, poco a poco, van teniendo sueños extraños de las vidas de las personas de los selfies que les configuran, hasta que deciden rebelarse y luchar contra el poder establecido de los humanos comunes pudientes. Los ciudadanos reciclados libres, aun así, son la minoría de la masa social de los reciclados, y en el proceso de su rebelión los comunes más pudientes aumentan la calidad de supresión de conciencia identitaria de los nuevos ciudadanos reciclados.

En este marco se encuadra la historia de Alicia, la protagonista de la novela, una madrileña de 25 años reciclada y libre por buena conducta, que es independiente y odia las RRSS. Ella no se ha preguntado jamás por su origen; su conciencia identitaria fue borrada, por lo que no tiene la capacidad de autoconocerse y simplemente vive. El problema se produce cuando un 12 de septiembre, día del culto al Gran Líder del PEE, empieza a recibir llamadas y mensajes holográficos de un grupo de extraños ciudadanos que se autodenominan "LOS RECICLADOS", instándola a la rebelión contra los ciudadanos comunes pudientes. Su final es trágico, como el de las distopías, pues el descubrimiento de su verdadero origen no la conduce a la revolución, sino que la sumerge en un círculo vicioso de inestabilidad identitaria y paranoia psicológica hasta que decide suicidarse: nunca se preguntó quién era y ahora que sabe de dónde viene, nunca podrá saber quién es. Nunca ha sido libre y jamás lo será.

"Fernando, jefe de la sección trece de los autoproclamados 'RECICLADOS' de Madrid, insistió a Alicia, quien, en su terquedad e incredulidad, se negaba a aceptar el discurso de ese extraño que, más que mentir, parecía hablar con toda franqueza:

<< Alicia, eres una de las nuestras. ¿Acaso alguna vez supiste de tu pasado? ¿Fuiste por un momento consciente de ti misma, de tu vida, de tu identidad, de tu familia? Nada, Alicia. Nada. Debes creerme, el paraíso en el que crees vivir, que te somete y en el que aguantas estoicamente y amargada, es un burdo invento del poder, con una historia derruida, falseada, reconstruida, y con una población masacrada por aquellos que despóticamente se consideran 'Los Comunes Pudientes'. El líder, tú líder, nuestro líder, Alicia, el 'Gran Español Común', es una imagen ficticia, como tú y como yo, pero con la diferencia de su inexistencia corpórea; es un constructo de este paquidérmico Estado que lleva más de cuatro décadas pisoteándonos, como lo hiciera un tal Franco antes de una democracia que ya nadie recuerda... En 2027 estalló 'La Gran Crisis', que duró más de un lustro. El pueblo, violentado por el hartazgo, la pobreza y la hambruna, salió en masa a derrocar las instituciones y los poderes constituidos en enfrentamientos sangrientos y abyectos. Tal fue la masacre, que aquellos años perdidos quedan en el recuerdo de los insurgentes como 'El Derramamiento Nacional'. En 2035, tras casi un decenio de disputas y guerracivilismo, después de lograr un alto al fuego y un armisticio entre pueblo y Estado, el rey fue obligado a abdicar y expulsado sibilamente por los cinco partidos políticos para entonces mayoritarios, que inmediatamente se hicieron con el poder de la Jefatura de Estado y convencieron a un Ejército ávido de trincar su parte en el pastel para ponerlo a su favor. Se fundó, así, una dictadura partitocrática y oligárquica de un sólo macropoder: el político. Los propios partidos crearon a ese individuo que me produce urticaria cada vez que veo su rostro: 'El Gran Español Común', 'El Líder', 'El que todo lo ve, ama y controla'. Los cinco cínicos partidos, Alicia, de mutuo acuerdo, tomaron las riendas de aquel futuro sistema que hoy nos aliena: Podemos, un partido que se decía revolucionario y de cariz izquierdoso, decidió controlar la natalidad por los problemas demográficos, ilegalizar la religión y prohibir las relaciones sexuales libres (el morado, su color, anteriormente color de las luchas de igualdad, se incorporó a la bandera que vemos a diario omnipresente con el dichoso lema: '¡NACER ES MORIR!'). VOX, un partido antaño de ultraderecha y eurófobo, propuso el nombre del nuevo, único y unitario Partido ('PEE', Partido Éxtimo Español, con letras verdes, el croma que en iconografía antigua nos protegía de la frustración, colmándonos de esperanza) y usar el nacionalismo férreo para evitar colapsos territoriales en la nación: Cataluña, un pueblo otrora y hoy inexistente, desapareció como por arte de magia, uniéndose a Aragón, que junto a Castilla son nuestras dos únicas nacional-regiones. C's, o Ciudadanos, esa palabra que ya no nos dejan usar para referimos a nosotros mismos, un partido naranja, como naranja es el logotipo de flecha circular de nuestro sanguinario sistema, con sus giros y apoyos a conveniencia, pero profundamente liberal, instó a despoblar de individuos comunes pobres España y a crear para suplirlos a españoles mejorados a través de la mezcla de los selfies de las redes sociales de los mártires y bionanotecnología combinada con control de conciencia para poner a esos seres aberrantes a su servicio. Ése es nuestro origen y lobby, Alicia. A él pertenecemos. No contentos con todo esto, liberalizaron inmoralmemente la medicina y la genética, y realizaron auténticos despropósitos, incluso usando embriones de embarazadas de los comunes pobres a las que engañaban con míseras recompensas para someterlas a inimaginables y abominables experimentos. Finalmente, hermana reciclada, los dos mayores culpables, los dos mayores criminales, el PP (Partidos Popular) y el PSOE (Partido Socialista Obrero Español), se repartieron los dos únicos ministerios que hoy existen en el poder supremo: los azules, los primeros, se encargaron del 'Ministerio de Defensa y Propaganda'; y los rojos, los segundos, del 'Ministerio de la Intimidación y la Educación', creando el neocastellano, nuestra lengua actual, con sólo 15.000 palabras frente a las casi 90.000 de las que nuestra preciosa lengua pretérita presumía, y la neohistoria, que habla de este Estado como el único real desde el principio de los tiempos. Ya no nos queda nada, Alicia, ni las innumerables fiestas que celebraban nuestros antepasados; sólo vivimos un cauto jolgorio el 'Día de Adoración al Líder' cada fecha como hoy, doce de septiembre. >>

Era difícil asimilar tanta información. Alicia no podía digerir de una sentada la explicación pormenorizada de una persona a la que jamás había visto, pero que, a medida que articulaba sus argumentos, fue despertando pequeñas ráfagas de memoria en su mente inconsciente." (UN MUNDO ÉXTIMO, extracto, diálogo)



Fig.1.5.1. V. imagen del **GRAN ESPAÑOL COMÚN**. 2019



Fig.1.5.1. VI. Bandera del **PARTIDO ÉXTIMO ESPAÑOL**. 2019



Fig.1.5.1. VII. Bandera física del **PARTIDO ÉXTIMO ESPAÑOL**. 2019



Fig.1.5.1. VIII. Pin **GRAN ESPAÑOL COMÚN**. 2019



Fig.1.5.1. IX. Pin **DEL PARTIDO ÉXTIMO ESPAÑOL**. 2019



Fig.1.5.1. X. Cartel del **PARTIDO ÉXTIMO ESPAÑOL** y **EL LÍDER**. 2019



Fig.1.5.1. XI. **INTERVENCIÓN URBANA.** Detalle 1. 2019



Fig.1.5.1. XII. **INTERVENCIÓN URBANA.** Detalle 2. 2019



Fig.1.5.1. XIII. **INTERVENCIÓN URBANA.** Detalle 3. 2019



Fig.1.5.1. XIV. **INTERVENCIÓN URBANA.** Detalle 4. 2019



Fig.1.5.1. XV. **INTERVENCIÓN URBANA.** Detalle 5. 2019



Fig.1.5.1. XVI. **INTERVENCIÓN URBANA.** Detalle 6. 2019



Fig.1.5.1. XVII. **INTERVENCIÓN URBANA**. Detalle 7. 2019



Fig.1.5.1. XVIII. Retrato áulico de **EL GRAN ESPAÑOL COMÚN**. 2019

1.5.2. PROPUESTA V: PROCESO DE CREACIÓN-PRODUCCIÓN

Un mundo éxtimo (2019) pretende inquirir en la crítica al posmodernismo que realizan autores como Gustavo Bueno (en Maestro, 2018) o J. Pablo Feinmann (2012), quienes destacan la imposibilidad de un respeto a lo minoritario si el proteccionismo de las microculturas del posmodernismo convive con el sistema capitalista y el proceso globalizador (García-García, 2019), que es transcultural y se mueve desde las culturas dominantes hacia las dominadas. Las RRSS son, como también considera Martín Prada (2018), una de las causas del resurgimiento de posicionamientos políticos radicales y extremos, que retoman los principios absolutos y simplistas de la aspiración a la autarquía y el nacionalismo extremo. Debido al funcionamiento del propio software de las RRSS (López, 2019), se crea una burbuja alrededor del usuario que continuamente exalta sus opiniones, gustos, etcétera, trasladando información, aunque sea falsa, que secunda su identidad y obcecándole en sus prejuicios.

La obra consta de varias piezas y acciones:

1. La primera de ellas está compuesta por la portada, una sinopsis, un resumen y un diálogo de una novela distópica titulada *Un mundo éxtimo*. El concepto “éxtimo” deriva de la palabra “extimidad”, término que comienza a usarse en la psicología de los años 80 para hablar del impulso de los individuos por publicar su intimidad en los medios intercomunicativos como forma de remarcar su identidad o de buscar sitio entre la masa (Tisseron, 2014). La novela plantea el futuro de una España en la que el partido dominante, PEE (Partido Éxtimo Español), controla la demografía y crea nuevos ciudadanos combinando selfies de las RRSS de los ciudadanos preexistentes, explicado en el resumen del argumento de la propia novela (véase Fig. 1.5.1. III.) y en el diálogo (véase Fig. 1.5.1. IV.). En la portada aparece la protagonista, Alicia (nombre inspirado en la novela de Lewis Carroll *Alicia en el país de las maravillas*, 1865), cuyo rostro se ha conseguido por medio del intercambio de cuatro selfies de plataformas online, siguiendo el proceso apropiacionista del resto de las propuestas artísticas realizadas. El rostro monocromo aparece sobre un fondo azul: la escala de grises evoca a un retroceso involutivo y el fondo azul eléctrico es el croma que se suele utilizar en referencia a lo tecnológico. Esta imagen se ha realizado en óleo sobre tabla entelada.



Fig. 1.5.2. I.
Proceso de
yuxtaposición de
cuatro selfies
femeninos
apropiados e
imagen final de
Alicia para la
portada de “*Un
mundo éxtimo*”;
Óleo sobre tabla
entelada; 30 x 20
cm

Posteriormente, la imagen se ha digitalizado y se ha construido la portada con programas de edición digital como Photoshop o Paint 3D (véase Fig. 1.5.1. I.).

2. La segunda obra consiste en la creación de la imagen del líder dictatorial de la novela, descrito en el diálogo de la primera de las obras (véase Fig. 1.5.1. IV), y la creación de propaganda electoral: logo, bandera, pines y carteles (véase de Fig. 1.5.1. V. a Fig. 1.5.1. X.). Para la realización de la imagen del líder se ha utilizado uno de los selfies yuxtapuestos elaborado de forma analógica en la propuesta artística II, *Appropriate Selfie* (2019). Tras este proceso, se ha adaptado a la iconografía típica de la cartelería dictatorial, teniendo en cuenta planteamientos referenciales definidos por Román Gubern (2016), realizando un boceto en rotuladores y gouache, hasta conseguir la imagen final tras la digitalización de este boceto y su edición en Photoshop.



Fig. 1.5.2. II. *Imagen previa, obtenida con mezcla de cuatro selfies*. Técnica mixta sobre tabla; 30 x 20 cm. *Conversión en imagen del líder*. Gouache y rotuladores al alcohol sobre cartulina; 25 x 30 cm. 2019



Fig. 1.5.2. III. *Imagen final del líder: "El Gran Español Común"*. 2019

3. Tras crearse los carteles del líder (véase Fig. 1.5.1. X.), se han imprimido 40 copias de los mismos. Con estas copias se ha realizado una intervención urbana callejera al inicio de la campaña electoral de las elecciones generales españolas del 10 de noviembre de 2019, pidiendo el voto para el PEE. Los carteles han sido pegados la noche del 25 al 26 de octubre de 2019, tras realizarse la pegada de carteles de los partidos políticos oficiales en Bollullos Par del Condado (Huelva), lugar de residencia personal (véase desde Fig. 1.5.1. XI. a Fig. 1.5.1. XVII.). Tras esta acción, se han recogido algunas interacciones del espectador, tanto de oídas como viendo la evolución de los carteles días posteriores a su pegado: algunas personas arrancaron carteles, expresando su hartazgo por tanta propaganda electoral, otras pegaron otros carteles encima de ellos. Además, durante la jornada de votación, diversos representantes públicos preguntaron por este nuevo partido, si existía y qué ideología era la que tenía. Algunos de ellos, llegaron a buscar información incluso en Wikipedia... Lo vieron como a un rival más, pero extrañados de que no constara en la Junta Electoral información alguna sobre él.

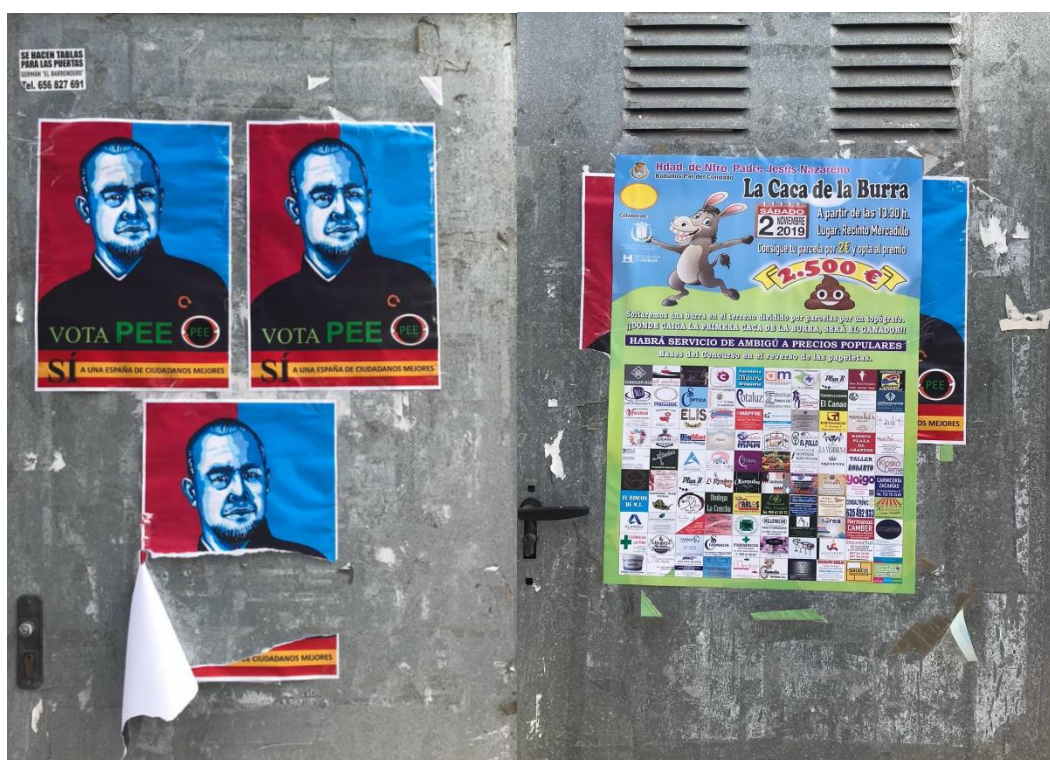


Fig. 1.5.2. IV. *Intervenciones ajenas sobre los carteles pegados.* 2019

4. Finalmente, se ha creado un retrato áulico de dicho líder, a modo de imagen omnipresente en todos los espacios públicos y privados de esa España distópica (véase Fig. 1.5.1. XVIII.).

¿Son las RRSS causas de la reaparición de ideologías políticas absolutas? ¿El software de las plataformas intercomunicativas de la actualidad enfoca a la radicalización de los usuarios? ¿La extimidad o pérdida de intimidad del usuario en las RRSS hace que los poderes fácticos tengan más facilidad en manipular la información a la que accede?

Un mundo éxtimo pretende poner de manifiesto todos estos problemas que se explican de un modo más concienzudo en las posteriores argumentaciones teóricas.

SEGUNDA PARTE

2. ARGUMENTACIONES TEÓRICAS

2.1. EL USO DE LA WEB 2.0, LAS RRSS Y EL SELFIE: ESTADO DE LA CUESTIÓN Y CONTEXTO

Desde finales de los años 80 del siglo XX, la tecnología digital ha venido desarrollándose de forma progresiva. El proceso ha sido vertiginoso, presentando casi anualmente novedades en el ámbito de las nuevas tecnologías aplicadas a la información y a la comunicación (TIC), a las que se unen las llamadas **Webs 2.0**. En la actualidad, la Web 2.0 “es un modelo de herramienta virtual que amplía las posibilidades de comunicación e interacción interpersonal a través de Internet” (Ortega, 2015: 34).

Dentro de este tipo de Webs 2.0 se encuentran las **RRSS**, plataformas donde la imagen más común del individuo es su “autofoto”: el llamado **selfie**. El último decenio del siglo XXI ha sobredimensionado la expansión de dicha imagen en Internet, escapando del control privado del usuario y volviéndose imagen pública (Martín-Prada, 2018). La identidad y la imagen del individuo se construyen en perfiles personales en Internet en los que se da una “caracterización ficticia asociada a un “yo real” que se conecta a una red de contactos” (Ortega, 2015: 34). Este hecho se amplifica aún más a través de dispositivos móviles como los smartphones y las tablets, tecnologías portátiles de fácil uso, dinámicas y que transportan la conexión a Internet a cualquier lugar.

La nueva concepción de las relaciones sociales e interpersonales de la posmodernidad fue adelantada por el filósofo francés **Michel Foucault**, quien observó que las implicaciones y adaptaciones personales, la manera de concebir el mundo y la identidad se generan de forma diversa cuando los medios de exposición del individuo se democratizan (en Goffman, 2012: 16). Así pues, la sobresaturación de selfies en las RRSS obedece a la importancia que ha adquirido la imagen individual en nuestra cultura, algo que también se ha convertido en una problemática a tratar en el arte contemporáneo (Fontcuberta, 2016).

A continuación, se desarrolla un primer acercamiento que pretende dilucidar cómo las RRSS, espacios de archivo de imagen online y aplicaciones de intercomunicación en los dispositivos móviles (*Flickr, Facebook, Whatsapp*, etcétera) crecen o decrecen en relación con las necesidades de exposición del individuo, derivadas de la influencia de la cultura de la imagen en nuestro contexto (Hernández, 2012: 24).

ESTUDIOS DEL ALCANCE DE LAS RRSS E INTERNET

Según estudios como el *IAB Spain* (2018), el tejido total de personas que utilizan Internet en España es del 62,5%, es decir, unos 30 millones de españoles, coincidiendo, aproximadamente, con el porcentaje de habitantes cuya edad comprende de los 16 a los 65 años. De este porcentaje, el 92% de los usuarios, unos 28 millones, usan Internet de forma diaria o a lo largo de la semana, mientras que el 85%, unos 26 millones, tienen creados perfiles en las RRSS.

El uso de Internet y las RRSS en occidente y en los países desarrollados es muy superior al de los países subdesarrollados y en vías de desarrollo. Esto se debe, desde luego, a la desigualdad de recursos, pero también al origen occidental y capitalista de dichas plataformas. Sobre tal hecho, muchos intelectuales advierten de la capacidad que muestran estas tecnologías

de colonizar sociedades que aún no han experimentado ese proceso de desarrollo tecnológico y sus comportamientos asociados:

La relación entre arte y tecnología no queda muy clara desde la teoría crítica de la cultura. Existe la sospecha de que la tecnología pueda imprimir su ideología colonizadora sobre las culturas más débiles, ya que se trata de un producto de las sociedades capitalistas (Contreras, 2018).

Si se trasladan los datos del uso de Internet a nivel global, el estudio más reciente del *Anual Digital Growth* (Galeano, 2019) cifra en un 9% de la población mundial a los usuarios, unos 4.400 millones de personas. Del mismo modo, si se extrapola a la globalidad mundial el número de usuarios que tienen perfiles creados en las RRSS, según el informe del *Digital in 2018: Q3 Global Digital Statshot* (Mejía-Llano, 2018), estudio realizado por la empresa *We are Social* y *Hootsuite*, en torno al 7,6% de la población mundial, unos 3.700 millones de personas, tienen creados perfiles en las diferentes RRSS, siendo las aplicaciones más usadas *Facebook*, con 2.300 millones de usuarios aproximadamente, y *Youtube*, con 1.900 millones.

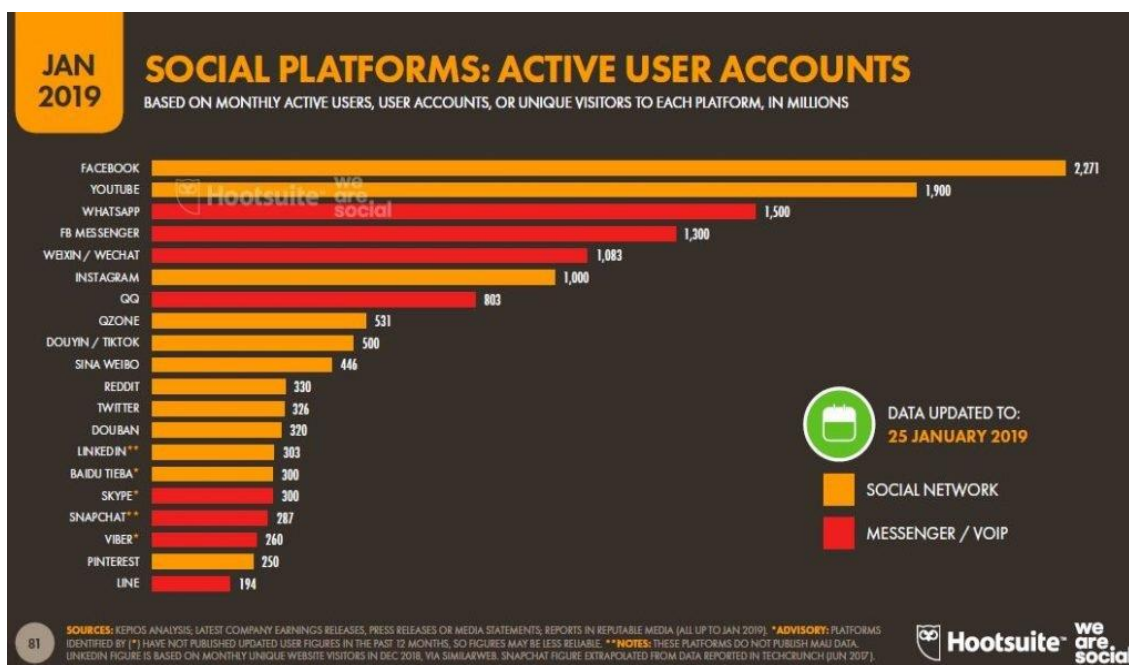


Fig. 2.1. I. Estudio Hootsuite "We are social" sobre la cantidad de usuarios en las RRSS, 2018

Hay dos casos remarcables de RRSS respecto a su crecimiento y decrecimiento: por un lado, *Facebook*, red social que apareció en Internet en 2003, aun teniendo el mayor número de usuarios registrados, es la que más está decreciendo en la actualidad; mientras que *Instagram* (en comparación en número de usuarios con *Facebook*, unos 1.000 millones [Mejía-Llano, 2019], una plataforma menor), nacida en 2007, es la red social que más crece, experimentando una subida de 200 millones de nuevos registros al año. La subida que se advierte en *Instagram* lleva más de un lustro produciéndose, lo que movió a Mark Zuckerberg, director y creador de *Facebook*, a comprarla en 2012 para, en sus propias palabras: "Tratar de aprender de la experiencia de Instagram para incluir características similares a algunos de nuestros productos" (en Rodríguez, 2012). Teniendo en cuenta estos datos, hay que desgranar la causa que produce tales

circunstancias, incidiendo en las características fundamentales que crean la disyuntiva entre las dos plataformas implicadas.

La diferencia más clara entre estas dos RRSS se halla en la importancia que adquiere la imagen en cada una de ellas: mientras que en *Facebook* el papel que desempeña el texto y la información escrita es notable, en *Instagram* todo se enfoca a la imagen, quedando el texto normalmente relegado al uso del “hashtag”⁵. Este contraste explica que a *Instagram* se le confiera más capacidad de dinamización y de instantaneidad, mientras que *Facebook* es una plataforma menos dinámica y conducente con igual importancia a lo visual y a lo textual. No es extraño, entonces, que *Facebook* incorporara particularidades propias de *Instagram*, como los “stories”⁶, al observar que el gusto por esta red social estaba (y aún está) incidiendo en su declive (Escamilla, 2018).

Tras lo expuesto, y como apreciación introductoria al texto desarrollado a posteriori, se percibe que, incluso dentro del mundo de las RRSS, existe un incremento o expansión en la actividad de aquellas en las que la imagen en general y el selfie en particular tienen primacía, por lo que el contexto en el que se encuentra la imagen del usuario es un estadio donde crece de forma sobresaturada a consecuencia del dinamismo que confiere la propia red. Este hecho condiciona que el selfie haya obtenido particularidades que se analizarán en la presente investigación, y que sirven para distanciarlo del autorretrato tradicional ontológica e históricamente, a pesar de que etimológicamente resulte de su proceso de acronimia.

En cualquier caso, todos los datos expuestos hasta ahora denotan el aumento de usuarios existente en aquellas RRSS donde la imagen tiene preeminencia, siendo *Instagram* la plataforma del selfie por antonomasia.



Fig. 2.1. II. **Logotipos de Facebook e Instagram.** El logotipo de *Facebook* fue diseñado en 2005 por Michael Buzzard, diseñador gráfico y publicista de la empresa *The Cuban Council*; el nuevo logo de *Instagram*, por su parte, fue creado en 2012 por el diseñador gráfico Robert Padbury (Alcaraz, 2012)

⁵ Un “hashtag” es una palabra o un grupo de palabras sin espacios y precedidos por una almohadilla #-que se usa como herramienta virtual para crear archivos de contenido donde los usuarios pueden relacionarse a través de una temática común (Terol, 2016).

⁶ El “story” (en español: “historia”) es un espacio funcional de algunas RRSS que otorga la posibilidad de subir fotos, vídeos cortos, etcétera, a todos los usuarios, desapareciendo a las 24 horas (Ibídem).

2.2. DEL AUTORRETRATO AL SELFIE: APROXIMACIÓN Y DIFERENCIACIÓN DE LOS CONCEPTOS

Un selfie es apenas una gota de amor a sí mismo en comparación con el océano que conlleva pintarse ante un espejo. [...] El autorretrato recoge simbólicamente esta circunstancia de nuestro mundo físico y emocional. En cada uno de los autorretratos se abarrota tal cantidad de mentiras, delirios y agonías que la historia lleva hasta el efímero expediente del selfie. El selfie sería, así, un documento personal sin finalidad real o ficticia, porque mientras el autorretrato requiere intención, determinación, el selfie es el azar en concordancia con la restante incoherencia del mundo (Verdú, 2014).

Para ahondar en el concepto “selfie” es preciso investigar sobre el **retrato** (y el **autorretrato**), del que deriva etimológicamente. Pero no es posible abarcar de forma concisa la historia de éste, puesto que, como uno de los principales temas artísticos en todos los períodos, comprende una extensísima historiografía. En consecuencia, se analizará de un modo sintético y teniendo en cuenta dos principios básicos: etimología (significado, semántica) y etiología (orígenes). Posteriormente, se hará lo propio con el selfie.

EL RETRATO (Y AUTORRETRATO)

En cuanto a su etimología, la palabra “retrato” deriva del latín, del participio del verbo “retrahere”: “retractus”. Este verbo tenía un significado muy peculiar: “hacer volver atrás”, aunque también era usado por los romanos para describir acciones como las de “abreviar, reducir algo” o “sacar a la luz la verdad” (Diccionario etimológico, 2001). El “retractus” aplicado al sujeto se entendía como el “acto de sacar la verdad de la persona a la luz”. En su evolución, se convirtió en la “representación fiel a la naturaleza y al carácter del sujeto”, significado que en el caso de la lengua española aún sigue vigente en su tercera acepción: “Retrato: 3. Representación o descripción detallada y exacta de una persona o cosa” (DRAE, 2014). Partiendo de este punto de vista sencillamente etimológico, ya se aprecia el matiz psicológico del término, algo que sería fundamental en las manifestaciones retratísticas de la Antigüedad y la tradición: lo que hacían los pintores y escultores al retratar era captar la realidad desde un punto de vista físico, simbólico y también emocional del sujeto representado.

Pero el significado del concepto no quedaría aquí, fue evolucionando desde su etimología a lo operativo con la aparición de la cámara fotográfica a mitad del siglo XIX. Ya no vendría dado por el “retractus” romano, sino por aquello con lo que se ejecutaba y obtenía en el presente. Puesto que la cámara fotográfica captaba la realidad en sí, y en la imagen se hallaba la verdad del sujeto, entonces el retrato no se debía a la representación por medio de una implicación emocional del ejecutor con lo representado, sino a la cosa obtenida de la cámara o de cualquier otro medio representativo. Es precisamente ésta la definición de retrato como operación y no por origen semántico que hoy existe como primera acepción en el diccionario de la lengua española: “Retrato: 1. s. m. ARTE, FOTOGRAFÍA. Representación de una persona, animal o cosa mediante el dibujo, la fotografía, la pintura o la escultura” (DRAE, 2014).

En cuanto al “autorretrato”, hay que añadir que el prefijo “auto”, entendido como “uno mismo” o “a uno mismo”, meramente incorpora la acción de llevar a cabo la operación “retratar” de un modo reflexivo: “retratarse”, y que se desarrolla sobre todo a partir del Renacimiento, quizá, entre

otros factores, por la expansión de la fabricación de espejos (García-Villarán, 2019) y gracias al “antropocentrismo”, base intelectual de dicho período, que ponía al hombre como centro universal de la ciencia y el arte.

Cambiando de ámbito, en cuanto a su etiología, el retrato tiene un fuerte arraigamiento con el deseo de conocer y de conocerse del ser humano. Desde la Prehistoria, se puede hablar del retrato que los protohombres realizaban de los mamuts o de los bisontes en las cavernas, queriendo encerrar sus espíritus para que la caza fuese más fructífera (Revuelta, 2016). Lo mismo sucedía con la representación del propio ser humano, llevada más bien a lo ritualístico. Este entendimiento numinoso de la realidad y de la representación estaría muy ligado con lo que posteriormente se transformaría en el retrato tradicional, y tendría una gran concordancia con el origen etimológico del concepto: “encerrar el alma de los seres en su representación”/ “relucir la verdad de lo representado para revivirlo”. En consecuencia, y sin ser nada descabellada tal afirmación, puede decirse que el retrato ha existido desde el surgimiento mismo de la consciencia en el ser humano, por lo que desarrollarlo históricamente precisaría de una investigación muy ardua y comprometida. Es necesario reducir y volver al punto de inflexión que cambia su paradigma.

Nuevamente, la fotografía es la clave. La máquina fotográfica modifica por completo el entendimiento tradicional del retrato: la cámara capta una imagen que es per se, luego el retrato ya viene dado o existe previamente a la intermediación del medio representativo, que se encarga sólo de cosificarlo. Éste es un revulsivo que trastoca el sentido del retrato como algo que implica un cariz psicológico, pero también el de la pintura como medio de representación de la realidad. Cabe preguntarse, entonces, por qué el retrato y la pintura no desaparecieron:

Todos dicen que el siglo XX tuvo que ser un mal momento para el retrato. Mucho antes de que comenzara, los inventores de la fotografía habían llegado a la conclusión de que a partir de entonces la pintura estaría muerta (Gibson y Lynton, 2001: 7).

La pintura se salvó del desarrollo tecnológico y abordó nuevos derroteros, incluso en la representación de la realidad, y el retrato fue evolucionando paralelamente, sumándose como tema a los nuevos lenguajes que se proponían a inicios del siglo XX. Esto ayudó a la fotografía e incitó a muchos teóricos a resignificar el retrato y la percepción de la realidad a través de ella:

[...] la fracción de segundo [...] La fotografía [...] con su recursos, el ralentí o el aumento, nos lo revela. Sólo gracias a ella descubrimos el inconsciente óptico, igual que sólo gracias al psicoanálisis descubrimos el inconsciente pulsional (Benjamin, 2018 [1931]: 17).

De este modo, la cámara fotográfica, de ser un medio que simplemente capturaba la imagen ya dada, a través de la subjetividad y el inconsciente del fotógrafo volvería a ser capaz de captar el instante más sublime de la realidad y de aportar alma al retratado. Esta interpretación de la fotografía llevaría al filósofo alemán **Walter Benjamin** a distinguir entre buenos y malos retratos, evidenciando la ausencia de verdad en aquellos retratos familiares de los burgueses que a principios del siglo XX se los podían permitir, carentes de realismo, con sus fondos llenos de decorados artificiales y con las sonrisas fingidas de los protagonistas, de los retratos artísticos de mediados-finales del siglo XIX de fotógrafos como el escocés **Hill** o el francés **Nadar** (2018 [1931]: 14).



Fig. 2.2. I. **Newhaven fishwife**, 1840.
David Octavius Hill y Robert Adamson

A pesar de este esfuerzo de intelectuales y fotógrafos por recobrar la identidad etimológica del retrato, sospechaban que el desarrollo tecnológico y la globalización rebasarían su resistencia y allanarían el terreno para el uso cotidiano del medio fotográfico, así como que la pérdida de la figuración en la pintura dejaría a la imagen del individuo en manos de la cultura popular:

Cuando los investigadores aplican un nuevo invento a la observación de la naturaleza, lo que esperaron de él es siempre poca cosa en comparación con la sucesión de descubrimientos a los que dicho instrumento da pie (Arago en Benjamin, 2018 [1931]: 12).

Tras lo expuesto, hay que destacar varias apreciaciones sobre el retrato:

- Su definición cambia con la aparición de la fotografía, perdiendo etimológicamente la cualidad psicológica de la que disfrutaba con anterioridad y volviéndose **producto** de un medio representativo, ya sea la propia fotografía, la pintura, etcétera.
- A pesar de su nuevo significado, no deja de existir como tema artístico, surgiendo un movimiento de replegado entre los propios fotógrafos artistas para evitar que se convierta en algo reducidamente mecánico.
- En último lugar, el esfuerzo de retomarlo como tema artístico no evita que se vaya democratizando por la cotidianización de la fotografía, en un proceso que se une a la pérdida de interés de la pintura por la figuración.

He aquí la antecendencia del “selfie”: la evolución de la cámara fotográfica, su democratización y la popularización de la imagen del individuo.

EL SELFIE

Para abordar el “selfie” se procederá de igual forma que en el epígrafe anterior, indagando etimológica y etiológicamente sobre el concepto. Ha quedado claro que el retrato, aunque su valor etimológico se disolviera en lo operativo tras la invención de la fotografía, buscaba imprimir algo más, existiendo una implicación emocional en su ejecución: “Casi siempre hay una verdad que escapa al control del retratado, sea o no lo que se deseaba mostrar” (Rodríguez, 2008: 17). Lo

propio sucedería en el autorretrato: cuando **Rembrandt** se autorretrataba, realizaba un ritual introspectivo; asimismo, **Adamson** o Nadar buscaban en el retrato fotográfico captar la alteridad de la realidad (Benjamin, 2018 [1931]: 23).

Siguiendo con las pesquisas, etimológicamente es fácil llegar a los entresijos de la palabra “selfie”. Este concepto resulta del proceso acrónico de la suma de los vocablos ingleses “self-portrait”, que significa “autorretrato”, y “photographie”, “fotografía”. De modo que hablar de “selfie” es como hablar de “autofoto” o de “autorretrato fotográfico”. Sin embargo, la mayoría de teóricos están de acuerdo en que, a pesar de llamarse de la misma forma, no se trata de la misma cosa, por lo que es preciso realizar un análisis mayor:

Los selfies no son un autorretrato en la manera en que lo es uno de Rembrandt. Él parece tratar de llegar al fondo de lo que lo hace ser humano, comparte su humanidad común y a la vez lo que es único en él, evidente por su rostro y comportamiento. La mayoría de los selfies son construcciones; tienen que ver más con cómo queremos que el mundo nos vea, nuestro estilo de vida y nuestro entorno, que con cómo somos (Hurst en Aranda y Dong-Kyu, 2017).

En este instante urge dar un salto temporal hasta el año 2013 para evidenciar el impacto lingüístico de la palabra “selfie”. Para entonces se convierte en “palabra del año” en el prestigioso *Diccionario de la lengua inglesa Oxford*: “Selfie / ‘selfi /: un autorretrato fotográfico; especialmente tomado de una cámara web o de un smartphone y compartido en una red social” (Rahman-Jones, 2017). De esta definición se desprenden dos condiciones básicas que distancian al autorretrato fotográfico del selfie, a pesar de hallarse en un origen etimológico común: debe ser realizado por medio de una webcam o de un dispositivo móvil, y debe compartirse en la red.

Pero ¿el origen del selfie deriva excepcionalmente de esta definición, de sus condicionantes mecánicos actuales, o existen precedentes? Para responder a esta cuestión hay que establecer una característica común a la tecnología de la cámara digital incrustada en el dispositivo móvil, la webcam y las RRSS. Simplificando, puede decirse que se encuentra en su movilidad y capacidad de llegar a las grandes masas. Con este fundamento, y para establecer un significado menos encorsetado por la especificidad de los medios de causa y fin vigentes, se entenderá, al menos personalmente, que el selfie es “el autorretrato fotográfico cotidianizado fruto de la democratización y la globalización del medio y la tecnología fotográficos”.

Cambiando de esfera, desde la perspectiva etiológica, el selfie es algo más complejo de lo que se piensa generalmente. No ha de reducirse a la actualidad más inmediata, ya que la cimentación de sus características se presencia con crasa claridad en antecedentes de hace más de un siglo. Hay que evitar, por ello, creer las afirmaciones de algunos famosos registrados en las RRSS desde su aparición, como la americana Paris Hilton, quien en 2017 en *Twitter*, refiriéndose a una foto subida en Internet en 2006 en la que aparecía con la cantante estadounidense Britney Spears, aseguraba: “Hace hoy 11 años que Britney y yo inventamos el selfie” (Rahman-Jones, 2017). Sería conveniente no sucumbir a este tipo de simplificaciones y seguir profundizando.

Cuando aparece la cámara fotográfica se produce un cambio de significado en el retrato, como ha quedado claro anteriormente. Tras esta primera conclusión, no se ha ahondado de un modo más intencional en la propia fotografía como medio. Habría que plantearse, entonces, las mismas preguntas acerca del hecho fotográfico que el artista español **Emilio Pinto Álvarez** utilizó a modo

de introito en su artículo *El arte de la luz* en la revista cultural *Lagar y Luz*: “¿Es arte? ¿Un modo de congelar el tiempo? ¿Una prueba inequívoca de la realidad?” (2017: 50). Intentando responderlas, se localizan algunas aclaraciones respecto al selfie.

Cuando se citó el **inconsciente óptico** de Benjamin, se explicó como la capacidad del fotógrafo de captar el instante de la realidad más veraz, evitando que la imagen se manifestase impostadamente. Este término podría enlazarse con el **instante decisivo** acuñado más tarde por el fotógrafo francés **Henri Cartier-Bresson**: “[...] el impulso espontáneo de una atención visual perpetua, que atrapa el instante y su eternidad” (en De Plata, 2014). Ambos hablaban de una fotografía realista, momentánea, sin transformar los elementos fotografiados, sino sabiendo discernir entre ellos aquella imagen que los describían con profunda verosimilitud. Sin embargo, aunque de estas visiones de la fotografía la idea de no intervención en la realidad quede de manifiesto, ni siquiera los mismos fotógrafos realistas, incluido su máximo exponente, el propio Cartier-Bresson, cumplían a rajatabla, puesto que no actuaban de forma directa sobre ella, pero sí indirectamente en su búsqueda:

Cartier-Bresson solía buscar un lugar, componía la imagen y esperaba a que pasara algo interesante. Quizás no intervenía de manera directa en la acción, pero sí en la elección de la parte de acción o realidad que quería mostrar. Él creaba el “instante decisivo” (Pinto, 2017: 51).

De acuerdo con esto, la fotografía no tenía por qué ser una forma de capturar la realidad inequívocamente, de modo que el retrato fotográfico tampoco buscaba esto en el pasado ni lo busca en la actualidad. De hecho, desde el inicio de la fotografía, la construcción del retrato era muchas veces ficticia, planteando una teatralidad que se tornaba en realidad gracias al medio. En algunos de los primitivos autorretratos fotográficos conocidos, como es el caso del famoso suicidio fingido del francés **Hippolyte Bayard** al ser marginado como uno de los inventores del “daguerrotipo”⁷, se aprecia esta intención.



Fig. 2.2. II. **La Noyé**, 1840. Hippolyte Bayard

⁷ Primer procedimiento fotográfico de la historia, difundido en París, desarrollado y perfeccionado por Louis Daguerre (y Bayard) gracias a las experiencias de Joseph Niépce en 1839 (Benjamin, 1931: 7).

De la identificación de la fotografía por parte del público como la realidad se sirvió la propia fotografía para utilizar la ficción, transformándola en veracidad en el retrato, tema que desde su inicio estaba latente en el medio y que aún hoy siguen trabajando artistas contemporáneos como el fotógrafo y ensayista español **Joan Fontcuberta**:

La fotografía es el resultado [...] de dos pilares: la verdad y la memoria. El hecho de que la fotografía nazca con esos valores añadidos es lo que yo denomino “su pecado original”, no quiere decir necesariamente que cada foto sea una transcripción veraz, un recopilatorio de memoria, sino que muchas veces sucede que esos valores son puras proyecciones del espectador (en Oybin, 2012).

Siguiendo el rastro del autorretrato fotográfico como precedente del selfie, muchos hablan de la fotografía que el lamparero estadounidense Robert Cornelius se tomó en 1839. También se discute sobre otros precursores, como el citado fotógrafo francés Gaspar Félix Tournachón (“Nadar”) (Cereijo, 2015: 10), e incluso, aunque ya a inicios del siglo XX, del primer autorretrato fotográfico frente a un espejo, realizado por Anastasia Romanov, hija del zar ruso Nicolás II, en 1914 (Rahman-Jones, 2017).



Fig. 2.2. III. **Autorretrato de Anastasia Romanov**, 1914



Fig. 2.2. IV. **Autorretrato de Robert Cornelius**, 1839

Sea como fuere, por más precedentes que se encuentren de autorretratos fotográficos, definición por pureza etimológica del selfie, todos ellos tenían diversos objetivos: engañar al espectador con una teatralización fotografiada, mostrar una realidad sublime o, sencillamente, eran fotografías básicas y experimentales, capturadas para comprender cómo funcionaba la novedosa tecnología y los resultados que ésta aportaba. Por consiguiente, no pueden designarse aún como selfies teniendo en cuenta la definición que a nivel personal se le ha dado al concepto. Para perseguir el origen de tal definición se debe hallar una primera democratización masiva de la

fotografía que permita entrever la existencia de un autorretrato fotográfico directo, dinámico, cotidiano y con la capacidad de llegar a una masa social mayor.

Este cambio se produce cuando surgen las primeras cámaras fotográficas analógicas de fácil manejo y de precio asequible. El responsable de tal creación a finales del siglo XIX fue el industrial estadounidense George Eastman (Cereijo, 2015: 12), fundador de la *Eastman Kodak Company*. Estas cámaras fueron popularizándose a medida que evolucionaban, extendiéndose a masas cada vez mayores de la sociedad. La democratización de la fotografía propugnó una revolución tal en el primer tercio del siglo XX que se convirtió en un medio mecánico de captar la imagen (con ella, el retrato), la mayor parte de las veces sin dobles intenciones, algo a lo que incitaba el propio eslogan de la empresa *Kodak*: “Usted aprieta el botón, nosotros hacemos el resto” (Cereijo, 2015: 13). La reducción del tiempo de exposición a segundos frente al cuarto de hora o a la media hora que escasos lustros antes se precisaban también fue esencial y antecedió a la posterior fotografía “instantánea”, que surge, de igual modo, a finales del siglo XIX, gracias al ingenio del estadounidense Edwin Land y a la creación de la compañía *Polaroid*, siendo antecedente de la actual fotografía digital (Betancur, 2018).

Con la instantánea y la cámara analógica no se requería de profesionalidad en el uso de la máquina fotográfica, lo que modifica radicalmente la relación entre el retratista y el retratado, entre el fotógrafo y el fotografiado, y, en consecuencia, también provoca un cambio importante en la búsqueda de lo que quiere mostrar el individuo en su retrato fotográfico. En palabras del psicólogo estadounidense **Kenneth J. Gergen**:

Los logros tecnológicos a lo largo del siglo han producido una alteración radical en nuestra forma de revelarnos a los demás. Como consecuencia de los avances realizados en el campo de la radio, la fotografía, el teléfono, la televisión, la transmisión vía satélite, las computadoras, etcétera, estamos hoy sometidos a una tremenda andanada de estímulos sociales (1997: 13).

Ambos tipos de fotografía suscitaron la aparición de características concretas en los retratos previos a la era digital, y que se mantienen hoy día en los selfies: el retratado se convierte en el eterno turista o en el protagonista del reportaje familiar, apareciendo siempre simulando una sonrisa impostada, precursora de la actual **keep smiling** o sonrisa permanente, y queriendo mostrar los lugares excepcionales o los hechos trascendentes de la cotidianidad (Lluiselli, 2015).

Pero, aun con esto, y siendo los claros antecedentes del selfie, los retratos de las cámaras analógica e instantánea se distancian en un punto que será desarrollado en el subcapítulo siguiente, y que describió el filósofo español **Juan Martín Prada** sintéticamente en su conferencia *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*, refiriéndose al paso de lo memorístico a lo desechable en la evolución del autorretrato analógico al selfie:

La diferencia entre la fotografía del siglo XX con la fotografía actual de las redes sociales se halla en el hecho de haber dejado de ser un registro de excepciones y haber pasado a convertirse en un elemento que muestra nuestra cotidianidad. La primera era analógica y memorística; la segunda, digital y desechable. Por otra parte, la imagen en la red social también se asocia al concepto de gozo: tiene un potentísimo componente narcisista y representa nuestra forma de gozar, sentir, pensar, etcétera (2018).

2.2.1. IMAGEN ANALÓGICA – CAPTURA DIGITAL: UN CAMINO DEL ARCHIVO AL DESECHO

La **fotografía digital** se desarrolla a finales de la década de los 80 del pasado siglo, coincidiendo con la mejora de Internet. Por su parte, la **fotografía analógica** y la **instantánea**, antecedentes de ésta, coinciden en su origen con la aparición de las primeras conexiones entre computadoras y redes, que eran bastante primitivas, a finales de los años 60 del propio siglo XX (Romero-Sánchez, 2018: 43). Entre la fotografía analógica y la imagen digital existen características concretas que se expondrán a continuación y que ayudan a entender la dicotomía “archivo/ desecho” planteada por Martín Prada. Del mismo modo, se repasarán algunos artistas contemporáneos que trabajan estos conceptos.

RETRATO ANALÓGICO Y CONCEPTO DE ARCHIVO PRIVADO

A mediados del siglo XX, la cámara analógica y la cámara instantánea habían experimentado un proceso de democratización y globalización sin parangón. Son cámaras de fácil manejo, mucho más pequeñas que sus predecesoras del siglo XIX y bastante más asequibles. Así las describe la filósofa estadounidense **Susan Sontag** en su ensayo *Sobre la fotografía*:

Aquella época en la que hacer fotografías requería de un artefacto incómodo y caro - el juguete de los ingeniosos, los ricos y los obsesos- parece muy remota, en efecto, a la era de las elegantes cámaras de bolsillo que induce a todos a hacer fotos (2006: 21).

La máquina fotográfica se vuelve doméstica y portátil, por lo que su uso es personal y cotidiano, utilizándose comúnmente para recoger momentos importantes de la vida y del entorno familiar, como viajes, visitas turísticas, etcétera. En este sentido, el fundamento del retrato fotográfico analógico antecede al selfie al cumplir la primera de las cuatro funciones propuestas por la investigadora holandesa **Nancy van House** en su estudio *The Social Uses of Personal Photographie*: “un uso memorístico, narrativo e identitario”; se trata de un retrato que ayuda a construir la historia, a atestiguar el pasado y a crear las propias narraciones del sujeto (Serés-Seuma, Soto-Merola y Visa-Barbosa, 2018: 720). La popularización de las cámaras analógica e instantánea es imprescindible para entender, reinterpretando el concepto **fotografía amateur** de la propia Susan Sontag, que las imágenes obtenidas del individuo eran **retratos fotográficos amateur**.

La cotidianización de la fotografía y de la acción de retratarse vuelven a la imagen del individuo más forzada: se palpa el deseo de constatar “que se está”, no de inspeccionar “lo que se es” (Verdú, 2014). Sobre esta desprofesionalización y el cambio de relación entre retratista y retratado o entre fotógrafo y fotografiado, el filósofo francés **Roland Barthes** describe en *La cámara lúcida* el momento en el que él mismo se expone ante el objetivo de una cámara:

Cuando me siento observado por el objetivo todo cambia: me constituyo en el acto de ‘posar’, me fabrico instantáneamente *otro cuerpo*, me transformo por adelantado en *imagen*. Dicha transformación es activa: siento que la fotografía *crea mi cuerpo* o lo *mortifica* [...] (2012 [1990]: 37).

A estas apreciaciones del retrato analógico e instantáneo hay que sumarles su **carácter íntimo** y **memorístico**. A pesar de que en estos retratos se enrolan las primeras características que

antecedentes al selfie, existe un punto de disociación que subyace en su cariz memorístico y archivístico privado: “[...] las fotografías eran un bien valioso en tanto que podíamos ver instantes congelados en el recuerdo” (Pinto, 2017: 50).

Las RRSS e Internet aún no habían aparecido, del mismo modo que la imagen digital no se había democratizado y carecía de movilidad. En este contexto, el retrato analógico copa la esfera íntima del individuo: la foto que se realiza se guarda en la intimidad, coleccionándose o archivándose en forma de álbum personal. Esta acumulación de memoria fotográfica en forma de **archivo privado** secunda con más contumacia, si cabe, la descripción de identidad y memoria particular que plantea la investigadora Nancy van House, antes citada, y se complementa con el **archivo público o colectivo** de la historiadora española **Ana María Guasch** y los conceptos de **vertido** y **basura** que define el filósofo español **Gustavo Bueno**, que se desarrollarán en torno al selfie seguidamente.

Tampoco se puede obviar la fisicidad obligada de los retratos analógicos. La fotografía analógica e instantánea precisaban de cosificarse, es decir, de volverse objeto físico y tangible, para ser coleccionadas o archivadas (Ibarra, 2015). Este hecho, así como el proceso de revelado, las dotan de un valor sentimental añadido.

En resumidas cuentas, el analógico e instantáneo es un retrato cuya formalización directa y momentánea, que rechaza la idea de reflejar “cómo se es” tradicional y prefiere constatar que “se está” en momentos excepcionales, no incide en su valor sentimental por la necesidad de cosificarse. Además, debido a la ausencia de medios de intercomunicación globales en su contexto, contiene un aspecto archivístico privado que lo convierte en un objeto coleccionable y testimonial: se guarda en el hogar en forma de álbum y se enseña con excepcionalidad a un público elegido, por lo que es un tipo de retrato que aún no se ha emancipado del control individual ni de la esfera íntima del sujeto, aunque sí lo haya hecho del valor etimológico del propio retrato artístico.



Fig. 2.2.1. I. *Álbum de fotografías analógicas*

SELFIE Y LOS CONCEPTOS DE BASURA Y ARCHIVO PÚBLICO

A finales de los años 80 y durante los 90 del siglo XX, se desarrollan las cámaras fotográficas digitales. En 1975, el ingeniero estadounidense Steve Sanson inventó este tipo de máquina que capturaba la imagen sin necesidad de un proceso químico y con un almacenaje interno de memoria. Años más tarde, en 1978, la renombrada empresa fotográfica *Kodak* patentó la primera cámara digital comercial (Hernández, 2015), todavía muy compleja y difícil de manejar.

La evolución de estas cámaras fue paralela al desarrollo de la tecnología informática. En 1984 aparecen los primeros ordenadores de uso doméstico, aún muy primitivos, que actuaban con tecleo de órdenes. Apenas una década más tarde, a mediados de los 90, surgieron los sistemas operativos autónomos como *Windows 95*; los ordenadores se vuelven más ligeros y fáciles de manejar, ya no precisan de tecleo de órdenes y permiten la instalación de programas complejos (Pascual, 2014).

En este contexto se produce la primera disociación entre la fotografía analógica y la digital: la analógica tiene un revelado externo y físico, por lo que su coleccionismo se vuelve casero y adquiere forma de álbum fotográfico; por el contrario, las cámaras digitales tienen una memoria interna, y los ordenadores permiten el paso de ésta a su propio almacenamiento, por lo que la imagen digital prescinde de la fisicidad. Joan Fontcuberta en su conferencia *La obra-colección* (2011) plantea esta diferencia denominando a la imagen analógica **fotografía sólida** y a la digital **fotografía líquida** (en Ortega 2015: 41), que bien podría usarse como analogía para diferenciar entre el **retrato sólido analógico** y el **retrato líquido digital**.

Entrado el siglo XXI, los ordenadores e Internet se democratizan y aparecen las primeras RRSS. Esto provoca que la imagen digital se pueda compartir en un espacio intercomunicativo, por lo que pasa de ser memorizada en el almacenamiento del ordenador a ser publicada en la red. Sólo unos años más tarde, surgen las cámaras digitales incorporadas en los dispositivos móviles, que permiten una conexión a Internet dinámica y la descarga de aplicaciones directas de las propias RRSS. En consecuencia, y en palabras de la investigadora española **Mariona Visa Barbosa**:

Existe, así, la posibilidad de realizar múltiples fotografías sin ningún coste añadido, que se visualizan al instante y se pueden compartir con personas alejadas del entorno privado. De este modo, ahora las fotografías son más personales que nunca y muestran al propio yo desempeñando todo tipo de actividades. A su vez, la emergencia de las redes sociales facilita que las personas ensayemos distintas estrategias para la presentación de nosotros mismos, de nuestras relaciones con otros y de nuestras actividades (en Serés-Seuma y Soto-Merola, 2018: 719).

En este punto, y trasladando la exploración a una perspectiva funcional, puede señalarse que el retrato líquido digital no se archiva de forma íntima, sino que se desecha o publica, de modo que su proceso de almacenaje pasa del ámbito privado al público y de la esfera personal a la interpersonal o relacional. Para disertar en tal afirmación se tendrán en cuenta los conceptos “basura y vertido” que teoriza Gustavo Bueno, el “archivo” del historiador español **Jorge Luís Marzo** y el “archivo colectivo” que describe Ana María Guasch.

En los capítulos primero y tercero (*Telebasura* y *Telebasura e intimidad*) de su ensayo *Telebasura y democracia* (2002: 21-71, 93-131), Gustavo Bueno define el concepto “basura” y desarrolla tanto su metafísica como su aplicación en la esfera social. Expone que su origen etimológico es el verbo latino “verro”, “verrere”, del que proceden las acciones “barrer” y “verter”, siendo sus consecuentes sustantivos “basura” o “barrido” y “vertido”. De este análisis se extrae que la basura no es aquello que se aniquila o que se elimina, sino lo que se barre o se vierte, procesos que no contemplan la desaparición del desecho, sino su paso de un lugar a otro. Establece, además, una diferencia entre “barrer” y “verter”: “barrer” es arrastrar la cosa para quitarla de enmedio o apartarla del punto de origen, tratándose de una acción “sustractiva”; “verter”, por su parte, consiste en unir la excreción al lugar donde se desecha por medio de un proceso “aditivo”. En consecuencia, hay dos tipos de desechos: la **basura lítica** (de resta), aquella que se quita del interior para expulsarla al exterior; y el **vertido tético** (de suma), aquello que se absorbe en el exterior porque se desecha del interior. El desecho cambia dependiendo de su punto de origen y fin. Finalmente, relaciona ambos conceptos con la “intimidad” y con las ideas de “colección” y “basura pública”: la intimidad nace de un “barrer para dentro”; la ausencia de ella se origina por un “barrer hacia fuera”. La intimidad crea **colecciones íntimas** (archivos) y la ausencia de ella crea **basureros públicos** (lugares de desecho público a reciclar).

Empleando esta idea con respecto al binomio “retrato analógico/ selfie”, se llega a lo siguiente: el retrato analógico es íntimo porque, al revelarse como fotografía física, es archivado por el sujeto externo a la cámara; es un vertido de la cámara que el retratado absorbe téticamente para crear un álbum íntimo. El selfie no precisa de fisicidad, ya que se trata de una fotografía digital, sólo se archiva en la memoria móvil y de ésta se sube a la red social, produciéndose un proceso lítico: se captura en la cámara y se barre hacia la red. Así pues, el selfie es un retrato fotográfico basura y público, que se barre hacia fuera; mientras que el retrato analógico es un vertido íntimo, que se barre para dentro.

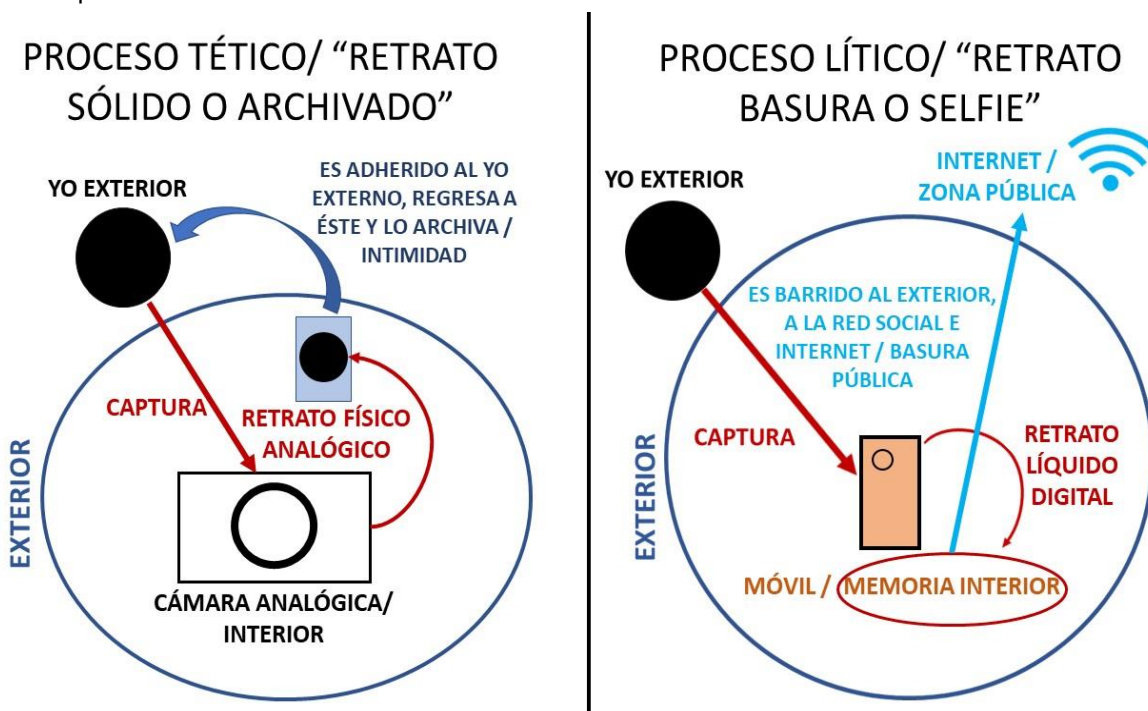


Fig. 2.2.1. II. *Mapa conceptual* sobre la teoría de la basura y la intimidad de Gustavo Bueno aplicada al retrato analógico y al selfie

El concepto “basura pública” de Bueno podría enlazarse con la idea de “archivo colectivo” que propone Guasch en su obra *Arte y Archivo: 1920-2010: genealogías, tipologías y discontinuidades*:

Si el almacenar o coleccionar consiste en «asignar» un lugar o depositar algo -una cosa, un objeto, una imagen- en un lugar determinado, el concepto de archivo entraña el hecho de «consignar». Si bien, como señala Derrida, el principio arcóntico⁸ del archivo es también un principio de agrupamiento, y el archivo, como tal, exige unificar, identificar, clasificar, su manera de proceder no es amorfa o indeterminada, sino que nace con el propósito de coordinar un «corpus» dentro de un sistema [...] (2011: 10).

Guasch explica un proceso de archivo que puede aplicarse a la imagen subida al espacio-red como la intervención en ella para reordenarla en temáticas concretas o siguiendo principios arcónticos. En Internet pueden formarse “archivos colectivos o públicos” a los que el usuario accede a través de la búsqueda, y que también pueden darse en los selfies, por ejemplo, con el uso de hashtags o con la creación de álbumes en las RRSS. Además, concurre una “memoria colectiva” que lleva a la ordenación de archivos públicos que han abandonado por completo la privacidad por varios motivos, por ejemplo, la importancia histórica de la imagen.

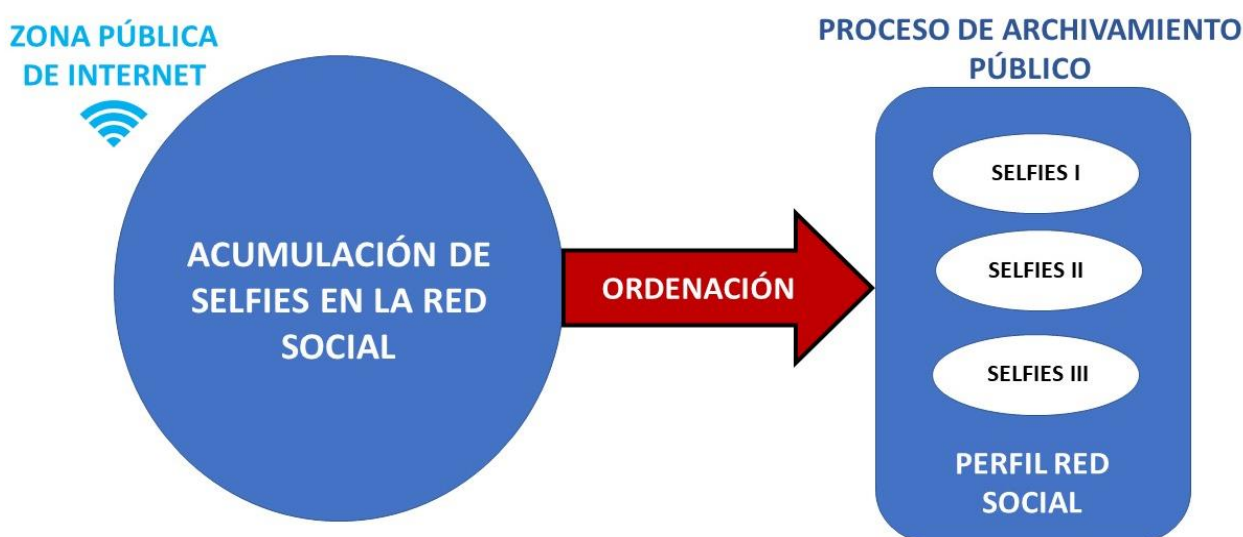


Fig. 2.2.1. III. **Mapa conceptual** del concepto de archivo público en la red social de Ana María Guasch

Existe, entonces, un punto de desunión entre el significado de archivo que propone Bueno y la explicación de archivo que propone Guasch: mientras Bueno habla del archivo como el resultado del “barrer para dentro”, de la intimidad, pudiéndose relacionar con el hecho de transformar el retrato analógico en cosa privada, Guasch recalca que el almacenamiento de imágenes es, más bien, un proceso de memoria o hypomnema que se desarrolla por medio de una organización del recuerdo o de la división en corpus concretos y temáticos, independientemente del espacio que ocupen. De este modo, los álbumes familiares físicos están ordenados por vivencias, etapas, imágenes de seres queridos, etcétera, al igual que en las RRSS pueden verse perfiles donde los selfies se organizan en álbumes temáticos, siendo las diferencias entre ambos el plano de realidad (física o virtual) y la esfera social (íntima o pública) que ocupan.

⁸ La “función arcóntica” se refiere al resguardo y a la disposición de algo concreto (Diamant, 2011: 385).

Otra definición de “archivo” reseñable es la que aportó Jorge Luíís Marzo en el *Congreso Internacional de fotografía 2017*, entendido como la recopilación que nos permite acercarnos a “la forma del relato, cuya razón de ser no es establecer lo cierto de su contenido, sino lo plausible de su historia” (en Baixauli y Gea, 2017: 114). El proceso de archivado no se centra exclusivamente en el agrupamiento de hechos reales, y tampoco han de ser documentos que testifiquen una memoria concreta o colectiva, sólo es necesario que lo que se archiva tenga un sentido estructural, aunque sea ficticio. No es suficiente recopilar, almacenar y organizar datos o imágenes para recordarlos o para programarlos hacia el futuro, hay que tener una actitud crítica ante ellos.

Con todas estas ideas de archivo o de ordenamiento arcóntico y de basura, la psicóloga española **Ana Diamant**, en su investigación *Función arcóntica: resguardo y designación*, establece una diferenciación entre dos operaciones esenciales: **preservar** frente a **exhibir**.

Preservar es rescatar un dato, y esto incluye la intención de catalogarlo, de ubicarlo en una serie y asignarle una posición simbólica. Al ingresar un objeto/ dato en una serie cronológica - que siempre es simbólica - se altera la totalidad preexistente y se altera el propio objeto al ser contextualizado en un conjunto, por efectos de la mediación entre lo conceptual y el soporte que actúa como garante.

Exhibir es como poblar vitrinas con objetos-imágenes, con marcas propias y compartidas, asignar residencia, reservar en un lugar y sobre un soporte a partir de una serie de decisiones estructurantes que responden a la pregunta de qué incluir y qué excluir [...] (2011: 384).

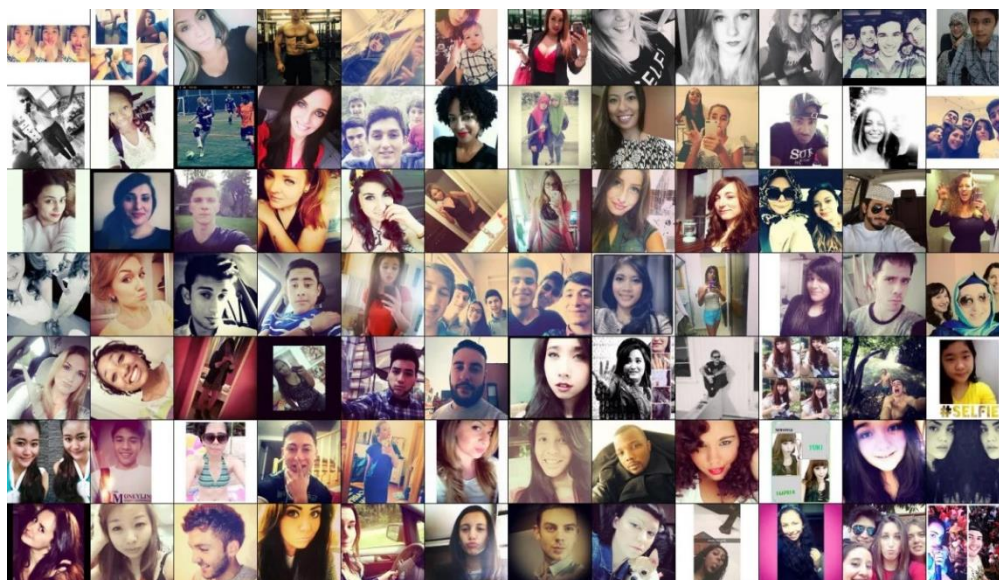


Fig. 2.2.1. IV. *Collage de selfies*

Complementando aún más la disyuntiva entre archivo privado y basura pública o álbum físico íntimo y álbum online público, se pueden incluir las ideas de preservación y de exhibición al retrato analógico y al selfie: el archivo íntimo de retratos analógicos tiene por principal función la de preservar, es decir, la de conservar semióticamente las imágenes para la posteridad en el espacio privado; el archivo público u online de selfies tiene, por contra, la función mayoritaria de exhibir, esto es, de mostrar de forma ordenada una vitrina de imágenes del yo a la que se tiene acceso. Los álbumes de fotos analógicas son tesoros personales, y los archivos de imágenes digitales en red o perfiles son vitrinas públicas.

ARTISTAS QUE UTILIZAN LA DICOTOMÍA ARCHIVO/ DESECHO

Los conceptos “archivo” y “desecho” son utilizados por muchos artistas contemporáneos, tanto a través de la fotografía analógica como con el uso de la tecnología digital y de otros objetos, por lo que se expondrá una mínima muestra a modo de ejemplo y recogida con criterio de afinidad con las propuestas presentadas. También son importantes métodos artísticos como la **apropiación** y el **reciclaje**, que se desarrollarán más concienzudamente en el posterior ítem.

Manteniendo lo expuesto, en instalaciones como *Moment Odessa* (1989) o *Personnes* (2010), el artista francés **Christian Boltanski** (1944-) utiliza los elementos del retrato analógico, ropa, cajas de documentos personales, etcétera para construir obras donde reflexiona sobre la pérdida de identidad, el olvido y la memoria de las víctimas del Holocausto (Hubert-Martín, 2018).



Fig. 2.2.1. V. Instalación **Personnes**, 2010. Christian Boltanski. Ropa, archivadores, suelo seccionado y grúas. Monumenta de París, Gran Palais

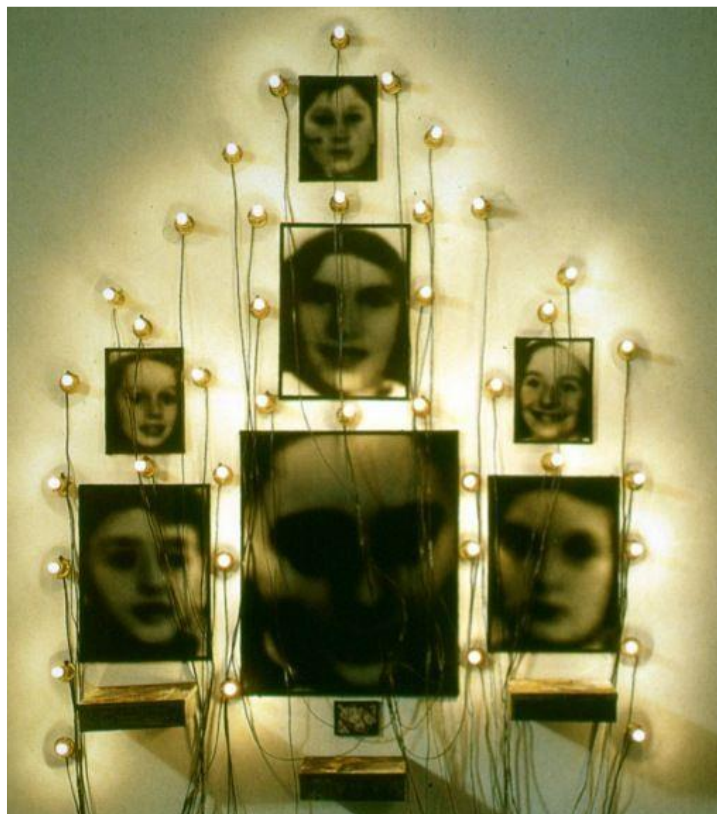


Fig. 2.2.1. VI. Instalación **Moment Odessa**, 1989. Christian Boltanski. Retratos analógicos intervenidos, cajas de documentación, luces e instalación eléctrica

Desde la perspectiva del “exhibir” y la idea de ordenar o agrupar para el consumo, el fotógrafo alemán **Andreas Gursky** (1955-) muestra en su obra *99 cents* (1999) las estanterías de productos con ese precio (99 céntimos) de un supermercado (Askbach, 2001).



Fig. 2.2.1. VII. **99 cents**, 1999. Andreas Gursky. Impresión cromogénica montada en plexiglás, 207 x 368 cm

En *Sunset Portraits from Sunset Pictures on Flickr* (2011), la estadounidense **Penelope Umbrico** (1957-) extrae de la plataforma *Flickr* imágenes digitales de puestas de sol para agruparlas y mostrarlas en forma de colección (Romero-Sánchez, 2018: 53).



Fig. 2.2.1. VIII. **Sunset Portraits**, 2011. Penelope Umbrico. Imágenes digitales apropiadas de *Flickr*. Impresión cromogénica (4,63 pulgadas cada imagen)

En su obra *Lo invisible* (2019), la española **Rosell Meseguer** (1976-) reorganiza a modo instalativo una serie de documentos, periódicos, imágenes analógicas o digitales, etcétera, a los que añade pequeñas reflexiones personales, incitando al espectador a indagar sobre lo escondido en ellos para crear su propio discurso. En palabras de la propia artista:

Lo invisible forma parte de nuestra realidad cotidiana, y la historia del arte es una historia de la percepción de las obras y sus cambios, así como el registro de cómo la propia visión ha ido mudando con el tiempo (en Terol, 2019).



Fig. 2.2.1. IX. Instalación *Lo invisible*, 2019. Rosell Meseguer. Periódicos, imágenes analógicas y digitales, documentos encontrados, etcétera

La artista uruguaya **Alejandra González Soca** (1973-) en su muestra *El Legado (In)visible/ Devenires de hypomnema* (2015) agrupa objetos de toda índole que están relacionados con la mujer desde principios del siglo XX, construyendo una colección que rememora la historia desde la perspectiva femenina.



Fig. 2.2.1. X. Vitrina de ropa interior femenina en la exposición *Devenires de Hypomnema*, 2015. Alejandra González Soca

2.2.2. UN PARALELISMO EN OTRA FORMA DE ARCHIVO CON EL SELFIE: EL COLECCIONISMO DE PORCELANA

Entendiéndose la democratización como la forma en que algo llega a la generalidad de la sociedad, hay que revisar si el proceso de cotidianización que da pie al coleccionismo popular se ha dado exclusivamente en la imagen del individuo a través del retrato fotográfico y del selfie, o si existen otras realidades en las que influyó de igual forma y que antecedieron a dicho proceso.

Con esta premisa, inspirado por la obra personal realizada en 2017 *Cascarón de huevo* (véase en “Aportación 7”, pág. 123) e instalando en la porcelana el nuevo objeto de búsqueda, se ha recurrido a diversas fuentes bibliográficas: *La imagen pictórica en la cerámica china. Donación Tijmen Knecht y Helen Drenth* (Cervera-Fernández, et al., 2005), *El arte de la porcelana en Europa* (Divis, 1989), *Estética de lo cotidiano* (Luque-Moya, 2010) y *La porcelana en Europa: desde sus orígenes hasta principios del siglo XIX* (Olivar-Daydi, 1953). Con sus lecturas, se ha llegado a la conclusión de que el proceso de democratización de la porcelana, la aparición de estatuaria antropométrica menor en su evolución y el coleccionismo casero de objetos de este material, que se produce paralelamente al proceso de cotidianización del retrato fotográfico analógico, no debe entenderse como una casualidad remota, sino como un acontecimiento relacionado y que se estructura con unas pautas muy similares:

1. Comienza a comercializarse en el siglo XV. Es un material muy caro y los objetos que se fabrican con él son casi inaccesibles. Se importan desde China y Japón fundamentalmente, y las clases altas son las únicas que pueden permitírselos. En este primer período se fabrican sobre todo instrumentos relacionados con la actividad gastronómica y comensal: vasos, platos, saleros, etcétera. Por su carestía, se consideran objetos con connotaciones poderdianas: las noblezas y dinastías los usan como elementos de distinción de clase (mientras que ellos bebían y comían con estos utensilios de porcelana, las clases populares usaban avíos de barro o de madera).

2. A finales del siglo XVII, se descubre en Europa la composición de la porcelana y su proceso de fabricación, convirtiéndose en un nuevo medio artístico. La antropometría⁹ entra en contacto con ella y se utiliza como técnica de fabricación de estatuaria de tamaño académico: se representan imágenes del día a día o costumbristas. Este hecho, desde luego, puede interpretarse como una anticipación de la cotidianización de la imagen individual en el selfie. Las figuras de porcelana se consideran objetos de lujo y se coleccionan. Las familias reales crean sus “Gabinetes de porcelana” particulares; se trata, sin duda, de un antecedente de las primeras fotografías familiares del XIX, propias en familias ricas y burguesas, únicas que podían permitirse la adquisición de las primeras cámaras fotográficas.

3. En el siglo XIX, con la industrialización, se descubren métodos de fabricación de la porcelana y similares menos costosos, por lo que ésta llega a las clases medias. A finales del siglo XIX, las clases medias crean sus propias colecciones de porcelana.

4. Finalmente, en el siglo XX los avances tecnológicos provocan la expansión y globalización total de la porcelana en el resto de estratos sociales. Esto se debe al descubrimiento de nuevos

⁹ Uso de la imagen humana como medida del todo. La figuración estatuaria es antropométrica; el hombre es su medida o escala.

procedimientos y sustancias químicas que facilitan la fabricación de materiales con la misma apariencia, reduciendo el coste de venta. En los hogares comunes se coleccionan como objetos sencillamente ornamentales que sirven para decorar el mobiliario hogareño, tratándose de una suerte de evolución pop y kitsch del gabinete de porcelana dieciochesco, con un paralelismo evidente con el coleccionismo archivístico privado de fotografías analógicas.

ARTISTAS QUE USAN OBJETOS DE PORCELANA DESCONTEXTUALIZADOS

De animales a Dioses (2018), de la artista española **Ana Barriga Oliva** (1984-), es una relectura lúdica de la mitología clásica y una sátira de las figuras cerámicas que habitan en cualquier hogar cotidiano que reflexiona sobre el peso de lo ornamental y su caducidad en la actualidad.



Fig. 2.2.2. I. *De animales a Dioses*, 2018. Ana Barriga Oliva. Óleo, esmalte y spray sobre lienzo enmarcado, 186 x 144 cm

En *Artefacto* (2016), el artista español **Manuel Zapata Vázquez** (1991-) plantea a modo irónico una apropiación del paisaje natural a través del elemento ornamental de porcelana y cerámica, que pasa a formar parte en la posteridad como enraizamiento arqueológico del propio paisaje.



Fig. 2.2.2. II. *Artefacto*, 2016. Manuel Zapata Vázquez. Piezas cerámicas y óleo sobre lienzo, 100 x 100 x 75 cm

2.2.3. EL ARTISTA POST-INTERNET: UN RECOLECTOR Y RECICLADOR DE IMÁGENES

Como se viene describiendo, en el contexto actual, donde las RRSS, las Webs 2.0 y los dispositivos móviles con conexión a Internet y con cámaras digitales integradas se han democratizado completamente, el selfie ha ocupado el espacio-red de forma masiva. El archivo con carácter testimonial ha dado paso a la instantaneidad de lo digital, al carácter desechable y circunstancial de aquellas imágenes que, tras subirse a la red, se convierten en ente público y escapan del control privado del usuario, quien las ordena de un modo sencillamente exhibicionista en sus perfiles online. Debido a esto, los artistas han abandonado búsquedas limitadas al uso de Internet y la tecnología virtual, interesándose por la problemática de los **social media** (Martín-Prada, 2012: 1).

Existen dos movimientos artísticos claramente diferenciados por los métodos que se desarrollan previa democratización de las RRSS y posteriormente a ésta: el **net art** y el **arte post-Internet**. Éste último da paso a una serie de prácticas fundamentales para entender la metodología de la “apropiación” y el proceso del **ciclo de las imágenes**.

DEL NET ART AL POST-INTERNET ART

El “net art” conforma una amalgama de prácticas artísticas que surgen paralelamente al primer período de Internet a finales de los años 80 y durante los 90 del siglo XX. En esta etapa aparecen los primitivos ordenadores domésticos y los primeros sistemas operativos complejos, que conducen a los artistas a explorar un nuevo campo de actuación. En cuanto a su definición, se puede entender, siguiendo el planteamiento del artista esloveno **Vuk Cosic**, quien usó el término creado en 1995 por el artista alemán **Pit Schulz** para definirlo, como el conjunto de obras artísticas que emplean como “[...] método de creación los ordenadores, sus posibilidades y las relaciones primigenias entre éstos e Internet” (Rodríguez, 2014: 9). Otra definición destacable es la que aporta la experta en comunicación española **Margarita Rodríguez Ibáñez** en su artículo *El concepto de Net.art: La fuerza del grupo conectado*:

El net.art es entendido como aquel arte que utiliza un soporte digital y que se encuentra propuesto en Red, esto es, sujeto a los parámetros de un sistema, a saber, interactivo, hipertextual, unimedia (englobando todas las sustancias expresivas), ubicuo y, por último, personalizado, puesto que es el sujeto que lo percibe quien tiene la responsabilidad, en muchas ocasiones, de localizarlo para después disfrutarlo (2012: 1).

El net art introduce una novedad que vuelca completamente la idea de arte como cosa física, proponiendo una nueva dimensión, una realidad líquida que iría más allá de la *Teoría Ontológica del Arte*¹⁰ del filósofo estadounidense **Arthur Danto** (en Alcaraz, et al., 2005: 235): la obra puede llevarse a la virtualidad y establecer en esa esfera conexiones con los agentes que la componen. Esta superación de lo tangible trasladó a una serie de críticos a entender la virtualidad como una

¹⁰ Teoría en la que Arthur Danto argumenta que las teorías estéticas no sirven para diferenciar lo que es arte de lo que no lo es, por lo que es preciso hallar una respuesta en la idea que encierra la obra, siendo esencial su metafísica. Se trata, pues, de un proceso de “desfiguración” de la obra de arte.

nueva realidad y la digitalización como un nuevo medio artístico (Green en Rodríguez-Ibáñez, 2012: 2).

De esta forma, y discernible en propuestas como *PaintFx* (2009), del artista y cineasta canadiense **Jon Rafman** (1981-), o en *My Boyfriend Came Back from the Wars* (1996), de la artista rusa **Olia Lialina** (1971-), se configura un conjunto de propuestas artísticas que sólo existen online.

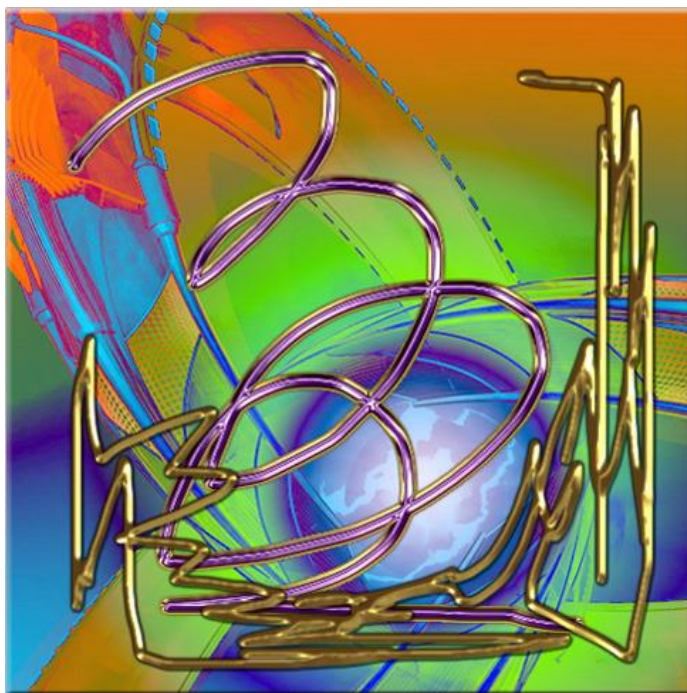


Fig. 2.2.3. I. Captura de pantalla del gif *PaintFx*, 2009. Jon Rafman. Gif subido a la red realizado con Paint y Paint 3D

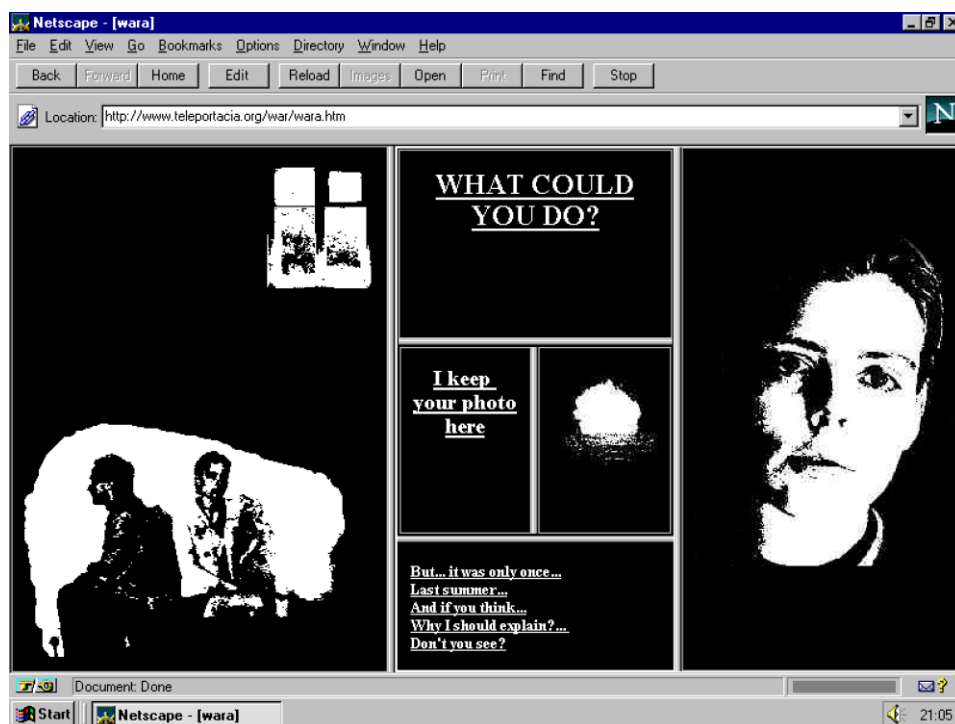


Fig. 2.2.3. II. Imagen de *MBCBFW*, 1996. Olia Lialina. Hipertexto narrativo en html, link original: <http://www.teleportacia.org/war/war.html>

A principios del siglo XXI, en cambio, proliferan nuevas manifestaciones artísticas que se impregnan de problemas como la masificación de las RRSS o la expansión de la imagen en Internet, redotando de objetualidad a la obra con instalaciones y otras construcciones artísticas materiales (Martín-Prada, 2017: 45). La creación de obras basadas en esta recuperación del soporte material con el mantenimiento de la temática digital fue llamada por la artista alemana **Marisa Olson** “arte post-Internet” (en Martín-Prada, 2017: 46). Otros intelectuales utilizan otros conceptos, como el propio Juan Martín Prada en su artículo *Sobre el arte post-Internet*, en el que habla del “arte de la segunda fase de Internet” (2017), el crítico de arte español **Nilo Casares Rivas** en su ensayo *Del net.art al web-art 2.0*, que usa el concepto “web-art 2.0” que tuvo “el reencuentro con la fisicidad en una reversión de la sentencia que alumbró a la Web 1.0” (2009), o el artista estadounidense **Guthrie Lonergan** con el término “Internet Award Art” (2008).

Aun con esta multiplicidad de nomenclaturas, existe un punto en común en todas las definiciones del arte post-Internet: la obra de arte vuelve al espacio museable, pero manteniendo las temáticas de las nuevas tecnologías. El artista post-Internet, al que la propia Olson llama **artista pro-user** (2013), se vale de las diferentes plataformas existentes en la red para crear obras que pueden ocupar los lugares tradicionales de exposición y que recuperan la fisicidad; son creaciones que tematizan lo online y se manifiestan offline. En palabras de Martín Prada:

[...] no siendo obras online, tematizan cuestiones referidas al estado de «hiperconectividad» que la expansión de Internet ha traído consigo, así como a sus efectos en las formas de producción de experiencia y subjetividad en nuestros días. Iniciativas con las que los potenciales propios del pensamiento y experiencia del arte continúan siendo aplicados, de múltiples formas, a la reflexión crítica sobre la conectividad digital y a su papel como elemento articulador primordial de las nuevas pautas sociales y comunicativas que caracterizan nuestro tiempo (Martín-Prada, 2017: 45).

Estas nuevas propuestas artísticas coinciden con la revisión de la fotografía llevada a cabo por Joan Fontcuberta, definida como la **postfotografía** en su ensayo *La furia de las imágenes* (2016: 40), término empleado en referencia a la idea que adelantaba **Paul Válerý** en *La Conquête de l'Ubiquité* (1928) y que el propio Fontcuberta ya reseñaría en *El beso de Judas. Fotografía y verdad*:

[...] desacreditada la fotografía como testigo fiable, la credibilidad ya no descansaría en las cualidades intrínsecas de la tecnología, sino en el fotógrafo como autor. La irrupción de la tecnología digital y virtual no sólo ha mostrado que la fotografía era un medio primitivo sino también degenerado (1997: 150).

La fotografía digital, sumada a los nuevos procedimientos interactivos y a la aparición de las RRSS, se ha desvinculado de la privacidad por completo, de modo que el fotógrafo (e igualmente, el artista) no tiene la necesidad de fabricar imágenes, ni siquiera de capturarlas; todas las imágenes vienen dadas de las intertexturas de Internet, del “basurero público” que se configura con las imágenes subidas a la red, de modo que ha de apropiarse de ellas para descontextualizarlas, intervenirlas y crear nuevas propuestas. De tal modo, desde los inicios del siglo XXI se han planteado cuestionamientos en torno a la idea de autoría, a la dicotomía de imagen creada/ imagen dada y a la distinción entre la metodología artística tradicional y la imperante en la era digital.

APROPIACIÓN DEL CYBER FLÂNEUR: EL CICLO DE LAS IMÁGENES

Una vez entendida la separación entre el net art y el arte post-Internet, es preciso injerir en la metodología artística que desarrollan los artistas pro-users y que puede aplicarse al reciclaje de la imagen del selfie para la construcción de nuevas imágenes del individuo o de cualquier otra imagen extraída de los medios populares masificados.

El rechazo al academicismo y a las tesis estéticas del arte consolidan el plano ontológico como la base de la obra, algo que se conjuga con el carácter líquido de la imagen digital. Este planteamiento induce a los artistas al reuso de imágenes y construcciones ya dadas, de las que se “apropian” para su recontextualización, reconstrucción y reinterpretación, o, visto de un modo metafórico, para su “reciclaje”. La imagen sólida de la que hablaba Fontcuberta está muerta (Robins en Lister, 1997: 49) y ha dado paso a una era de imágenes móviles e instantáneas que están al servicio de todos (Rubinstein en Ortega, 2015):

Lejos de la postura del fotógrafo amateur, de sus actuaciones y prácticas consumistas, los artistas contemporáneos sacan un espíritu de rebeldía (nacido del interés crítico, político, socio-cultural y artístico) e introducen en sus obras imágenes sacadas de la publicidad, del cine o de Internet, en busca de una ruta que consolide el arte en torno a la postfotografía (Ortega, 2015: 87).

Hay claros antecedentes de este proceso revolucionario en manifestaciones del “pop art”, del “conceptual art” o del “ready-made”. En *Your body is a battleground* (1989), por ejemplo, de la artista conceptual estadounidense **Barbara Kruger** (1945-), la imagen publicitaria o cinematográfica se apropia para ser intervenida textualmente. Esta mezcla de imagen y texto evidencia su interés por la absorción de los mitos e iconos de los grandes mass media contemporáneos desde una perspectiva feminista (Gubern, 2016 [1997]: 114).

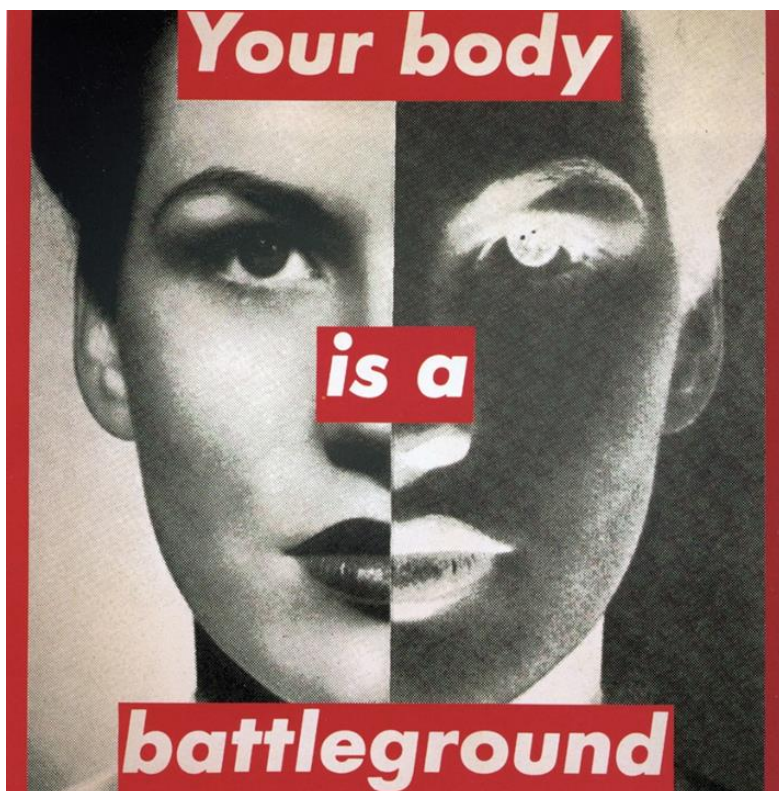


Fig. 2.2.3. III. *Your body is a battleground*, 1989. Barbara Kruger. Fotografía y texto, 309,6 x 185,1 x 5,1 cm

La “apropiación”, por tanto, ha de entenderse como aquella metodología artística en la que se utilizan imágenes preexistentes (o cualquier otro objeto) para la realización de nuevas propuestas que las resignifican, y que surge como consecuencia del cambio de la concepción estética en el arte tradicional a la concepción ontológica en el arte contemporáneo, definida por críticos como Arthur Danto, y, en segunda instancia, por el paso de la fotografía digital a la postfotografía como consecuencia de la sobresaturación de imágenes en los mass media y en los social media interactivos de la actualidad.

Sin embargo, esta metodología plantea un problema esencial en cuanto a la autoría de la obra: ¿es de quién creó la imagen definitiva o de quién creó la imagen que fue apropiada? Respecto a esto, el filósofo italiano **Umberto Eco** en su ensayo *La obra abierta* (1992) o Roland Barthes en *La muerte del autor* (1993) hablan de una **autoría relacional o colectiva** en la que la interactividad constante entre las diferentes partes del proceso apropiacionista es esencial, algo que también resumiría Fontcuberta en el renombrado ensayo *El beso de Judas. Fotografía y verdad*:

El artista deja de ofrecernos una obra petrificada, fósil, para, en cambio, facilitar un diálogo abierto con el espectador que participa y comparte la dinámica creativa. Todo ello posterga un autoritario, obsoleto, concepto de autoría, democratiza la información y la experiencia artística, e incrementa la empatía (1997: 151).

Definida la “apropiación”, debe indagarse sobre los agentes y las diversas prácticas que la componen. Para ello se tendrán en cuenta los conceptos **flâneur** del poeta francés **Charles Baudelaire** (en Martín-Prada, 2018), **stadium** y **punctum** de Barthes (2012 [1990]: 63-66), la **serendipia** de Fontcuberta (2016) y el “ciclo de las imágenes” propuesto por la artista española **Myriam Romero Sánchez** en su TFM *El ciclo de las imágenes: una aproximación al método creativo post-Internet* (2018: 47), modificando su concepto de **imágenes durmientes** por **imágenes basura**, en alusión al término antes citado de Bueno.

El proceso se inicia con la actuación del artista como el sujeto que se enfrenta al espacio-red para la elección de la imagen. En este punto caben dos posibilidades:

1. **Búsqueda directa y búsqueda indirecta.** A modo genérico, son aquellas en las que se utilizan los “motores de búsqueda” (*Google, Bing, Yahoo, Ask*, etcétera). En la búsqueda directa se parte de una temática general a través de la que se encuentran informaciones o imágenes ordenadas; en la indirecta se añade a los motores de búsqueda conceptos concretos, encontrando información desordenada y remota (García, 2014).

2. **Browsing** (del verbo inglés “to browse”; en español: “navegar”). El artista, rememorando al “flâneur” baudelariano como “observador de la ciudad” (Martín-Prada, 2018), se convierte en el navegante de la red (también conocido como **pro-surfer**, forma anglosajona del concepto de Olson “pro-user”, algo así como un “surfista de la red” [2013: 10]), en una búsqueda que no tiene más fin que el paseo azaroso (Chavo, 2010). Prada denomina al pro-surfer el **cyber-flâneur** u “ojeador cibernético” (2018: 98).

En segundo lugar, prosigue con los diversos posicionamientos respecto a la imagen, y aquí es donde entran en juego los conceptos barthianos “stadium” y “punctum”, y el concepto “serendipia”, cuyo origen etimológico deriva del antiguo nombre de la isla de Sri Lanka: “Seren”, y que tiene que

ver con el cuento aborigen *La princesa Seren*, una mujer bellísima a la que resguardaban como un tesoro para que nadie la pudiera ver, utilizado por Fontcuberta en *La furia de las imágenes* (en Yunes, 2017):

1. El “stadium” es el gusto por alguna imagen en general, sin una implicación demasiado específica sobre ella; algo vasto e inconsecuente, resumido en el “me gusta” o “no me gusta” (“like” o “dislike” en el caso de las imágenes de las RRSS). También se entiende como el posicionamiento prejuicioso que se debe a una búsqueda impostada, donde se adelanta lo encontrado o se fabrica una idea previa al descubrimiento. “[...] la aplicación a una cosa, el gusto por alguien, una suerte de dedicación general, ciertamente afanosa, pero sin agudeza especial” (Barthes, 2012 [1990]: 64). Podría relacionarse con las búsquedas directa e indirecta, donde existe un valor previo y robustecido del encuentro.

2. El “punctum” es el deseo inconsciente, una llamada de atención incontrolada que llena y desencaja. En palabras de Barthes: “El punctum de una foto es ese azar que en ella me despunta” (2012 [1990]: 65).

3. La “serendipia” es el encuentro con aquello fortuito que activa el “punctum”. No hay búsqueda prejuiciosa, el artista se encuentra atento como navegante, como “cyber-flâneur”, y en esa atención azarosa del “browsing” halla aquello que le punza, se encuentra ante la clave como podría topar con la princesa Seren, quedando obnubilado por su belleza.

Con estos elementos se construye el “ciclo de las imágenes”, que es el ciclo que circunscribe a la apropiación como metodología artística, y al que hay que añadir las diversas prácticas que se emplean tras la misma (**descontextualización** y **resignificación** o **reconstrucción**), que se explicarán posteriormente en torno a los artistas post-Internet.

Para estructurar el ciclo de las imágenes se mantendrá la esquematización planteada por Myriam Romero Sánchez, sustituyendo su “imagen durmiente” por “imagen basura”. El motivo de este cambio es el siguiente: Sánchez habla de “imágenes durmientes” revisando la definición de “imágenes desecho” propuesta por Walter Benjamin en su ensayo *Libro de los Pasajes* (2011 [1983]). En esta revisión entiende el concepto “desecho” o “basura” como algo que se tira o que es inservible, por lo que considera más apropiado el adjetivo “durmiente”, siendo las imágenes de Internet “imágenes que se encuentran en estado catatónico, a la espera de ser revividas” (2018: 62). Aquí, sin embargo, se ha refutado ese entendimiento contemporáneo del “desecho”, demostrando a través del concepto “basura” que desarrolla el filósofo Gustavo Bueno en su ensayo *Telebasura y democracia*, expuesto con anterioridad desde dos puntos de vista (etimológico y metafísico), que, por puridad ontológica, la basura no es aquello que se destruye o es inutilizable, sino lo que se mueve de un lugar a otro en procesos sustractivo-aditivos que requieren de su reuso o reconversión. Con esto, la “basura”, en realidad, no es algo inservible o que se aniquila, sino algo que debe moverse y reusarse para no producir contaminación acumulativa. De modo que la “imagen desecho” propuesta por Benjamin es, ciertamente, precisa y acertada, mientras que la “imagen durmiente” de Romero Sánchez es un pleonismo de la anterior, en apariencia más estético, pero que no introduce ninguna novedad:

El artista moderno y el historiador son coleccionistas de desechos, que hurgan en los vertederos para separar y clasificar partes recuperables de los desperdicios (Benjamin en Fontcuberta, 2016: 75).

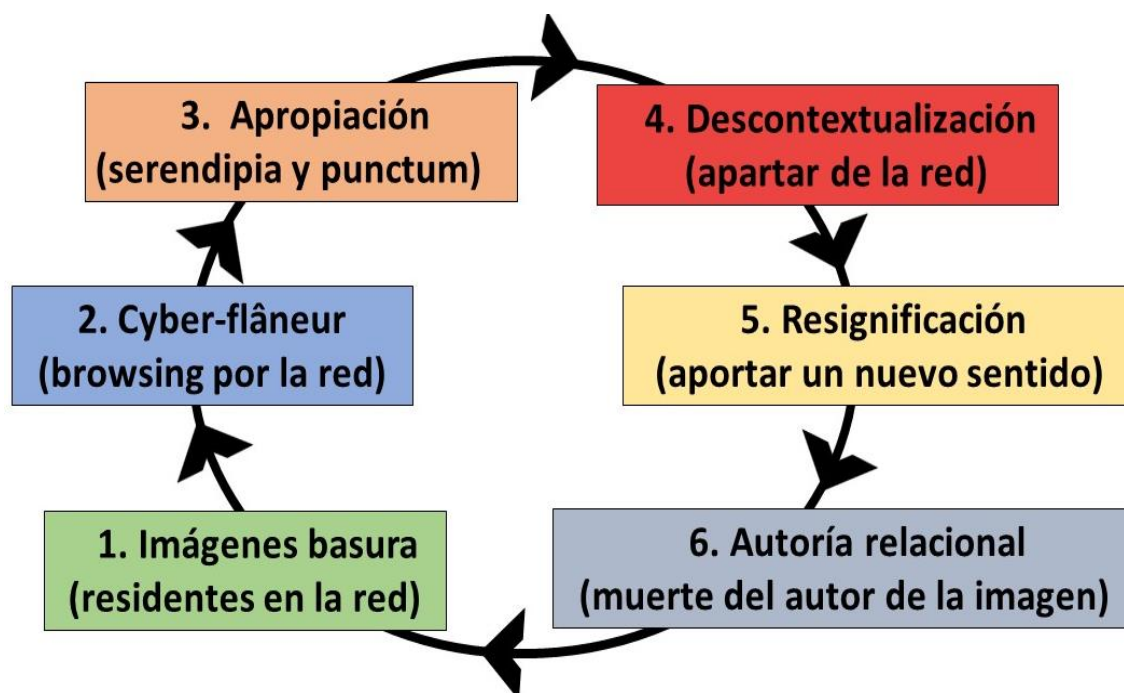


Fig. 2.2.3. IV. Representación gráfica del **Ciclo de las imágenes** reinterpretando la esquematización propuesta por Myriam Romero Sánchez en *El ciclo de las imágenes: una aproximación al método creativo post-Internet*

Como se ha explicado, pues, la postfotografía es una causa inequívoca de la aceptación del método apropiacionista para la producción de la obra post-Internet. El gesto apropiacionista permite al artista pro-user tener más herramientas para la creación de imágenes sin necesidad de emplear la cámara fotográfica. Tampoco el uso de las tecnologías digitales para la creación de ellas es obligatorio, convirtiéndose, eso sí, en su fundamento temático. Sin embargo, aun existiendo una acción extractora o recicladora de la “imagen basura” de la red, Fontcuberta, creador del concepto “postfotografía”, aboga por llamar de una forma más ética a la “apropiación” post-Internet, prefiriendo el término **adopción**:

Si la apropiación es privada, la adopción es por definición una forma de declaración pública. Apropiarse quiere decir “captar”, mientras que adoptar significa “declarar haber escogido”. Adoptar me parece pues un acto genuinamente postfotográfico: no se reclama la paternidad biológica de las imágenes, tan solo su tutela ideológica, es decir prescriptora (en Massota, 2013: 6).

ARTISTAS QUE UTILIZAN LA APROPIACIÓN Y PRÁCTICAS POST-INTERNET

Explicadas la fase de búsqueda del ciclo de las imágenes y la metodología apropiacionista o adoptiva post-Internet, hay que exponer algunas de las prácticas artísticas que se llevan a cabo con las imágenes extraídas de la red para la construcción de nuevas obras. Estas creaciones están siendo muy numerosas en la actualidad, por lo que se señalarán sólo algunas a través de diversos artistas.

Artistas como los estadounidenses **Jenny Odell** (1974-) y **Doug Rickard** (1968-) usan el procedimiento de la **descontextualización y reelaboración de las imágenes** que extraen de plataformas como **Google Street View**, **Google Earth** o **Google Maps**.

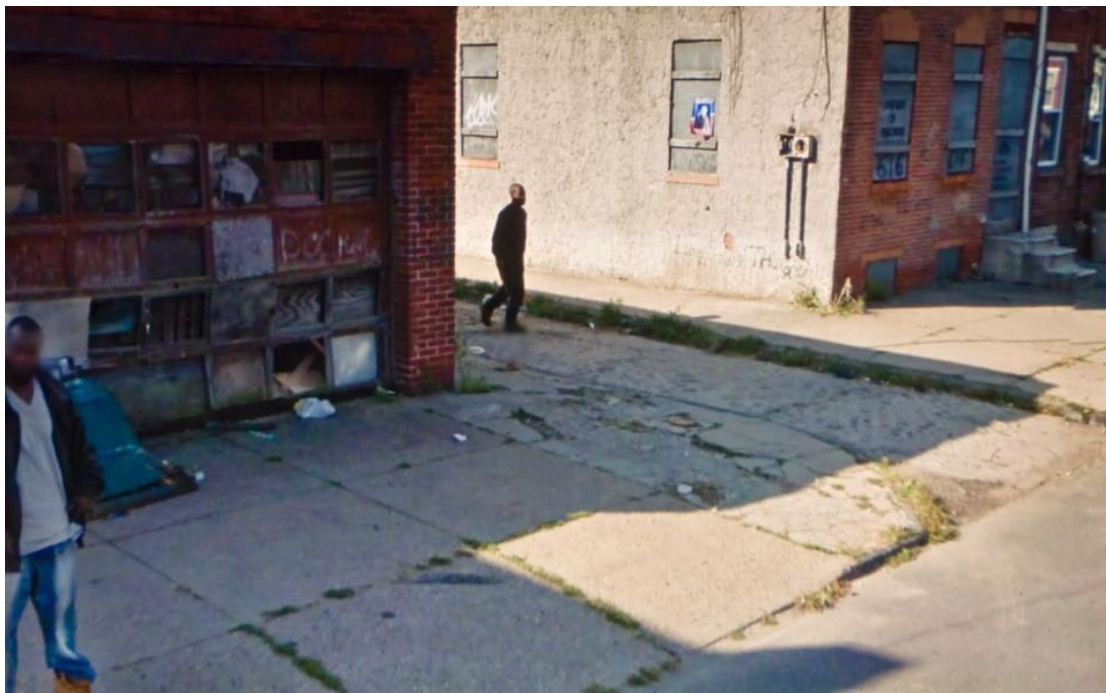


Fig. 2.2.3. V. **Muelle 24. # 39.937119, Camden, NJ.** 2009. Doug Rickard. Imagen de **Google Street View**.
Impresión pigmentada sobre papel, 33-1 / 2 x 21 pulgadas



Fig. 2.2.3. VI. **Google Satellite Collection. Canchas de baloncesto de Manhattan,** 2009. Jenny Odell. Imágenes extraídas de **Google Satellite**. Colección de impresiones digitales

Otros artistas que usan el concepto de descontextualización son el citado Joan Fontcuberta (1955-), quien recrea imágenes de *Google Images* a través de collages y mosaicos de imágenes extraídas del propio buscador, y el norteamericano **Christofer Baker** (1979-), que hackea y se apropia de conversaciones ajenas de *Skype*, creando instalaciones audiovisuales.



Fig. 2.2.3. VII. **Món II**, 2008. Joan Fontcuberta. Collage de 10.000 imágenes de *Google Images* realizado con un programa freeware de fotomosaico online. Impresión cromogénica montada en Kapamount de 10 mm, 156 x 200 cm

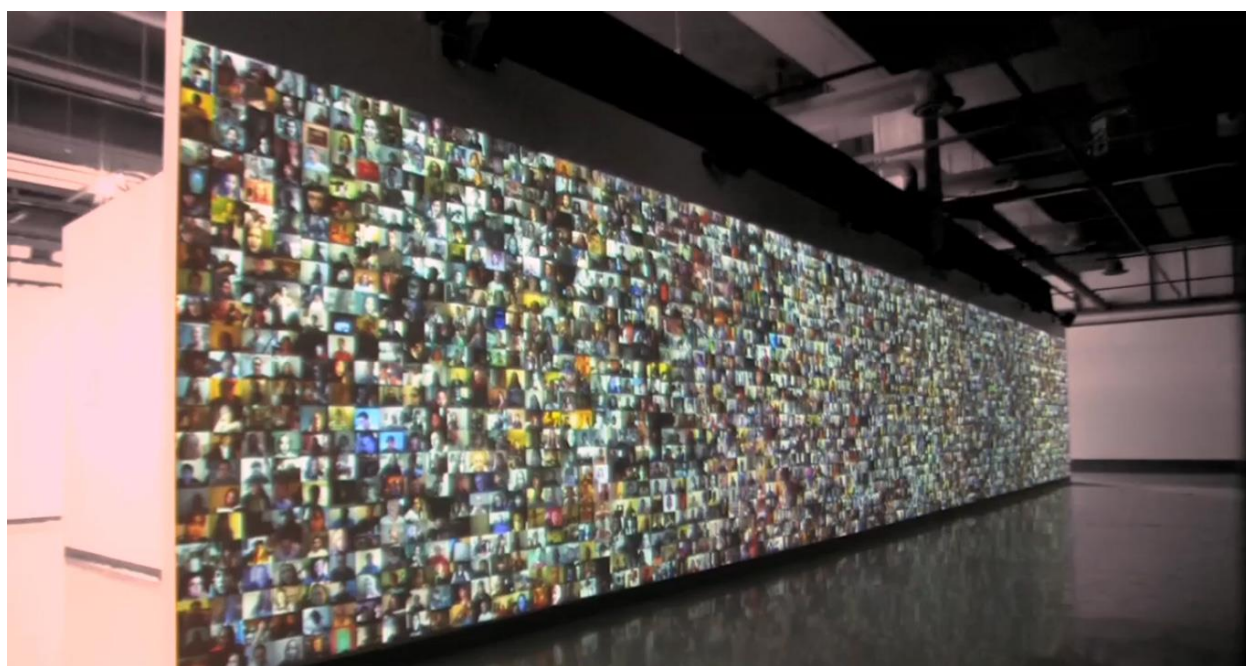


Fig. 2.2.3. VIII. Instalación inmersiva **Hello world!!** 2011. Christopher Baker. 5.000 vídeos hackeados de *Skype* (imagen capturada de pantalla en PC, de vídeo de *Vimeo*, 00':40")

Frente a la apropiación de imágenes por medio de aplicaciones públicas que admiten descarga directa o captura de pantalla, el fotógrafo alemán **Michael Wolf** (1954-2019) propuso con su serie *A series of unfortunate events* (2010) una novedad en cuanto a la forma de captar imágenes de *Google Street View*: colocar su propia cámara frente al ordenador y realizar fotografías de la pantalla de las imágenes del buscador en las que se producían accidentes. Trataba de **crear una imagen propia de una imagen dada ya creada o recrear**.



Fig. 2.2.3. IX. Imagen de la serie **Street View: A series of unfortunate events**, 2010. Michael Wolf. Fotografía de la pantalla del PC del autor

Otras formas de reciclaje de las imágenes apropiadas o adoptadas de la red se basan en su **reconversión, reconstrucción y resignificación**. Dentro de estas prácticas encontramos a la artista suiza **Corinne Vionnet** (1969-), que usa la **yuxtaposición** de imágenes extraídas de los buscadores de *Google* en su serie *Photographie Opportunities* (2002-2005) para crear panorámicas ficticias de paisajes reales.

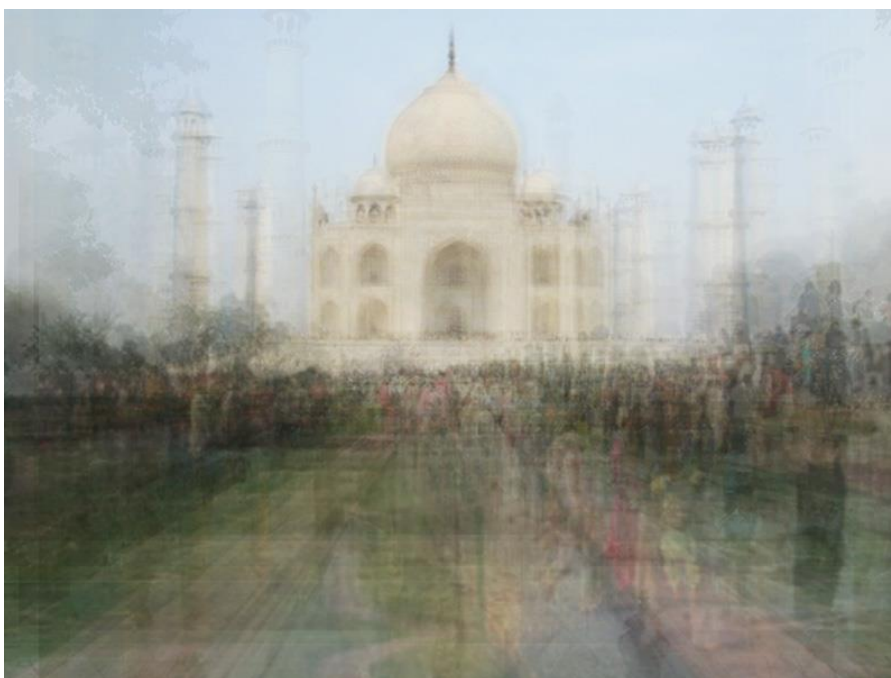


Fig. 2.2.3. X. **Taj Mahal**, de la serie **Photographie Opportunities**, 2005. Corinne Vionnet. Capturas de imágenes de *Google Images* yuxtapuestas

En la misma dinámica de reconstrucción, reconfiguración o resignificación de las imágenes apropiadas, se pueden encuadrar las obras de la artista francesa **Anegrette Soltau** (1946-), que emplea imágenes digitales o analógicas de retratos de rostros y partes del cuerpo que imprime y cose para realizar collages de **injertos e imágenes auto-injertadas**, o la artista también francesa **“Orlan”** (Mireille Suzanne Francette, 1947-), que trabaja el concepto de **construcción de nuevas identidades intercambiando imágenes** con su propio selfie en series como *African Self-hybridizations* (2000-2003).



Fig. 2.2.2. XI.
Körperöffnungen
(Body Openings), 2016.
Anegrette Soltau. Imágenes
digitales apropiadas,
impresas y cosidas entre sí

Fig. 2.2.2. XII. **Suku Bird Helmet-Mask**
with Face of Euro-Stephanoise
Woman, 2003. Orlan. Imagen apropiada
de máscara de casco de pájaro Suku
con autorretrato, 61 x 49 cm



2.3. EL SELFIE OCUPANTE DEL TODO: LA SOBRESATURACIÓN DEL YO

La expansión de las RRSS, el uso del selfie y la cotidianización de los dispositivos móviles con cámaras incrustadas y aplicaciones de interconectividad remota han alterado las construcciones identitarias tradicionales del individuo. Rescatando la idea de Foucault, referida al comienzo de esta investigación, así como las estrategias de intercomunicación devienen de su contexto histórico y cultural, las nuevas significaciones del “yo” son consecuencias de la evolución tecnológica y la ontología del individuo en el posmodernismo. Es imposible desmembrar el fenómeno de masificación de selfies en las RRSS de las estrategias de exhibición y de identidad poliédrica en los nuevos campos de actuación que componen la virtualidad y la digitalización (Lyotard en Bornhauser, 2006). Para desarrollar esta premisa, a continuación se ahondará en conceptos como la **sobresaturación identitaria** y la **mirada del otro**, y se expondrán algunos artistas que trabajan estas ideas en torno al selfie.

EL ACABOSE DEL SER DE SARTRE, LA IDENTIDAD MÚLTIPLE Y LA KEEP SMILING

Con el uso sobresaturado del selfie el individuo ensaya continuas estrategias para mostrarse de formas diversas a los demás, tendiendo a una **identidad múltiple**. Como antecedencia a tal hecho, ha de referirse la “metafísica del yo” que propuso el filósofo francés **Jean Paul Sartre** a mediados del siglo XX: “Ser es ser visto” (Martín-Prada, 2018).

En esta teoría, derivada de la influencia de la evolución de la cámara fotográfica analógica, el yo pende del otro, de “Ser para otro” (Olleta, 2019), resultado del proceso intersubjetivo de la “mirada”, siendo un constructo de la duplicidad del “ser para sí” y del “ser para los demás”. Debe entenderse la “mirada”, entonces, como la fijación inmediata en la que el yo percibe al otro (y viceversa) de forma cognoscible y directa.

Sin embargo, este sentido hoy es imposible, pues se ha reconfigurado con la aparición de las RRSS: ya no es cognoscible el otro de forma directa, sino a través de relaciones remotas manifestadas en reacciones preconfiguradas por las propias redes, como los iconos y los “likes”, o a través de “comentarios” en los que es improbable contextualizar el carácter, el humor, la entonación y otras reacciones apreciables fácilmente en la comunicación directa tradicional. En tal actualidad, con el selfie se pueden edificar múltiples narraciones identitarias que se fijan por reales, ante las que no se aprecian verazmente las renuencias del receptor. A propósito de esta circunstancia, el filósofo colombiano **Jairo Alberto Cardona Reyes** en su artículo *Selfie: el olvido del ser-para-otro* expresa lo siguiente:

La *selfie* busca un tipo de reconocimiento del otro, pero se trata de un reconocimiento artificial (número de likes en las fotos) y construido por mí mismo, es decir, me hago objeto del otro, pero del otro representado en las exigencias sociales de la imagen, quiero que me reconozcan como cumplidor de esas exigencias y como tal soy captado por los demás (2007: 11).

Otro de los intelectuales que anteceden la relativización identitaria a consecuencia de la sobresaturación de las imágenes en los medios vigentes es el propio Kenneth J. Gergen, quien habla de la **personalidad pastiche** en su ensayo *El yo saturado: Dilemas de la identidad en el mundo contemporáneo*:

La personalidad “pastiche” es un camaleón social que toma en préstamo continuamente fragmentos de identidad de cualquier origen y los adecua a una situación determinada (1997: 196).

En tal sentido, las RRSS han creado en el individuo una identidad poliédrica, renunciando a las visiones clásicas y tradicionales del ser, a corolario de un mundo masificado de imágenes por la inflación de los medios de intercomunicación, o, dicho de otra forma, parafraseando al escritor checo **Franz Kafka**, porque “hacer de uno mismo es lo más difícil” (Martín-Prada, 2018):

Estamos ansiosos por renunciar a ser lo que somos porque llegar a ser uno mismo es difícil y penoso, y porque anhelamos recibir las recompensas que nuestra cultura está dispuesta a cambio de nuestra identidad (Muller, 1987).

Respecto a las formulaciones de multiplicidad identitaria en el usuario de la red social, existen diversas propuestas que pueden traerse a colación, de autores como la investigadora española **María Gil Posa**, el sociólogo estadounidense **Erving Goffman** y el pedagogo español **Fernando Hernández**:

- En primer lugar, en el ámbito de la divulgación artística, María Gil Posa propone que la capacidad de absorción de las RRSS sobre el individuo reside en su “naturaleza líquida” apreciada como real. El usuario no se muestra sólo íntimamente, también lo hace creándose identidades ficticias para aparentar según qué cualidades dependiendo del contexto virtual al que quiere pertenecer. De esta forma, la imagen del usuario “online” se construye a partir de una multiplicidad de características “offline” (en Serés-Seuma, Soto-Merola y Visa-Barbosa, 2018: 721).

- En segundo lugar, Erving Goffman teoriza respecto al comportamiento del individuo en sus diversas actividades contextuales. Cuando éste se encuentra en un espacio público, utiliza su “stage” o región anterior, con la que intenta revelar decoro y respeto a los protocolos sociales, reduciendo su identidad a aquello que quiere mostrar. Pero, por otro lado, cuando el espacio público se disipa, entra en juego el “backstage”, esto es, la zona posterior, un estado en el que se baja la guardia (en Serés-Seuma, Soto-Merola y Visa-Barbosa, 2018: 721). Las RRSS han conseguido limar la separación existente en el pasado entre estos dos tipos de comportamientos, pues se crean perfiles privados en espacios públicos.

- Finalmente, desde la perspectiva didáctica, Fernando Hernández expresa que el individuo actúa de una forma “egoexplícita” en las RRSS por “La relevancia que han cobrado las representaciones visuales y las prácticas culturales de la mirada [...]” (Hernández, 2012: 24). La necesidad de autorretratarse constantemente tiene que ver con la educación de nuestra cultura visual. La imagen es la base de la sociedad actual y a través de ella se desarrollan los diversos comportamientos individuales. El selfie en las RRSS, entonces, no es más que la manifestación de las necesidades de exposición que el individuo aprende a través de su entorno sociocultural, así como de su continuo consumo y desecho.

En base a estas tres distinciones se concurre en los siguientes binomios o dicotomías para la diferenciación entre el retrato pre-red social y el selfie: **retrato offline / retrato online**, de Gil Posa; **retrato stage / retrato backstage**, de Goffman; y **retrato implícito / retrato egoexplícito**, de Hernández.

El hecho de que la personalidad y la identidad se relativicen en concordancia con la masificación de la imagen individual plantea ciertas contradicciones cuando se observa la forma en que aparecen los retratados en los selfies de modo general: el usuario casi siempre se muestra sonriendo impostadamente, queriendo dar a entender que su vida y sus circunstancias son perfectas. Esta fórmula de gozo constante, de construcción narrativa idílica que se confiere al otro para la aceptación y el apoyo, revoca el planteamiento de la “sonrisa” del psicólogo ruso **Fiódor Dostoievski** como “acto puro de la sinceridad” (en Martín-Prada, 2018: 93). Así pues, la sonrisa del selfie es una “keep smiling” o sonrisa permanente fingida, a través de la que se pretende simular un gozo continuo para impedir el juicio del receptor e inducir a su aceptación.

ARTISTAS QUE TRABAJAN LA SOBRESATURACIÓN DEL SELFIE Y LA KEEP SMILING

Como antecedente artístico a las propuestas actuales respecto a la identidad múltiple en el selfie, puede usarse a la artista francesa “Orlan” (1947-), referida con anterioridad. Si bien, no utiliza la imagen del selfie, son famosas sus performances quirúrgicas, en las que graba y proyecta en directo las operaciones de cirugía estética que le realizan. De estas acciones se extrae la idea de identidad cambiante, que puede relacionarse con una relatividad transversal en el resto de ámbitos de la sociedad, no sólo respecto a la ontología del cuerpo o de la naturaleza antropológica; es también poliédrica en la estética (la idea de la belleza), la política (la estructuración de la sociedad), la identidad del Estado (Patria y Nación), etcétera. En palabras de la propia artista alusivas a su imagen:

Cuando describen mi rostro en los medios, dicen que soy la mujer con dos cuernos; la gente lo asocia con un monstruo o con algo completamente opuesto a la belleza. Pero, según el abordaje cultural al que se someta, puede ser concebido como un elemento para seducir, sin connotaciones negativas (en Martínez, 2016).



Fig. 2.3. I. Imagen perteneciente al serial de performances *La reencarnación de santa Orlan*, iniciadas en 1990. “Orlan”

Tristan Pigott es un pintor británico en cuya obra aplica una visión satírica de temas como el selfie, la identidad en las RRSS y la “keep smiling”. En ocasiones, también muestra varias escenas donde retrata a la misma persona en diversas actitudes, poniendo en entredicho la veracidad identitaria del retratado. En su obra *Night out* (2014), por ejemplo, deforma la mirada de las protagonistas del selfie, cuestionando la franqueza de su felicidad.



Fig. 2.3. II. *Night out*, 2014. Tristan Pigott. Óleo sobre lienzo, 30,5 x 30,5 cm

Laís Pontes es una fotógrafa brasileña que reflexiona sobre la identidad del usuario en las RRSS. En *Project Born Nowhere* (2011) crea diversas identidades sobre su “yo” online: se fotografía diariamente disfrazada de forma distinta y adoptando diversas actitudes, también retoca elementos de la fotografía con programas y aplicaciones de edición, construyendo identidades ficticias y subiéndolas en *Facebook*. A estas imágenes les añade la pregunta: “¿Quién soy?”. Sus seguidores construyen las identidades de dichas imágenes con sus comentarios.



Fig. 2.3. III. *Project Born Nowhere*, 2011. Laís Pontes

Intimidad Romero (pseudónimo, nunca ha desvelado su verdadera identidad) es una artista conceptual española que desde 2012 está realizando una experiencia online en *Facebook*. En esta red social ha creado un perfil donde sube fotos de su día a día con su rostro pixelado. Facebook bloqueó su cuenta en varias ocasiones arguyendo que no se trataba de un usuario real, obligándole a mostrar su documento de identidad para poder recuperarla. Paradójicamente, esta plataforma virtual, que dice respetar la privacidad del usuario, exigió dar más datos sobre sí misma a la artista, poniendo en evidencia que no existe privacidad alguna en ella.

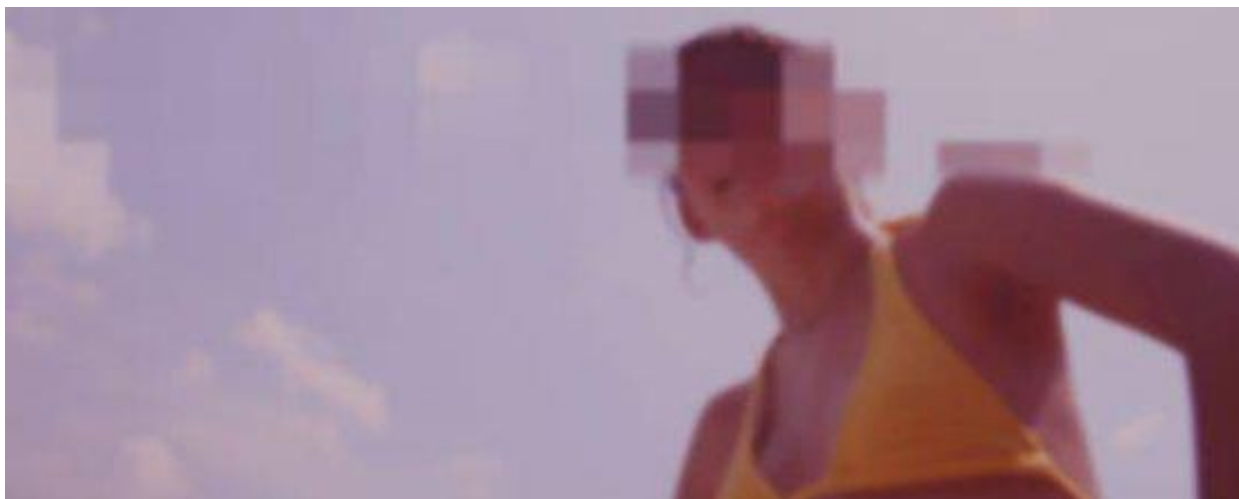


Fig. 2.3. IV. Imagen del perfil de *Facebook* de **Intimidad Romero**, subida en 2014

La artista estadounidense **Cindy Sherman** (1957-) dedicó el pasado 2017 en la galería *Saatchi* una exposición al selfie titulada: *Selfie to Self-Expression*. En ella reflexionaba sobre la evolución del retrato desde la tradicionalidad de la pintura, la aparición de la cámara fotográfica analógica, hasta la cámara digital y la evolución de la digitalización interactiva de las RRSS.



Fig. 2.3. V. **Untitled #465**, 2008.
Autorretrato. Cindy Sherman

2.3.1. LA EXTIMIDAD Y LA POLÍTICA DE PRIVACIDAD: CRÍTICA AL POSMODERNISMO Y DISTOPÍA

El fenómeno de las RRSS y la emancipación de la imagen del individuo de la esfera íntima a la pública e interpersonal han supuesto un cambio de paradigma en la percepción de sus comportamientos personales. Ya no existe el miedo de desvelar cuestiones que tenían que ver con el ámbito íntimo otrora; el gozo por la inmediatez y por la aceptación colectiva provoca una suerte de dependencia de la publicitación de uno mismo. En referencia a este suceso, hay que renombrar a Walter Benjamin, quien lo augurara con la siguiente afirmación: “La humanidad es un objeto de admiración y contemplación de los propios seres humanos” (en Martín-Prada, 2018). La evolución de la personalidad del resguardo a la exhibición de lo íntimo es centro de debate en la psicología desde los años 80 del pasado siglo. Pueden encontrarse teorías de intelectuales nombrados en el desarrollo de este proyecto, tales como Gergen, Goffman, Sartre o el propio Benjamin, quienes, al estar presenciando el proceso de democratización de la imagen y del retrato, preconizaron estas consecuencias comportamentales del individuo. Respecto a lo expuesto, Martín Prada propone que del selfie de la red social, al contrario que del retrato analógico precedente, que era íntimo y archivístico, deviene la **extimidad**:

Hoy infinidad de usuarios de las grandes plataformas y redes sociales colocan sus vídeos o fotografías de los acontecimientos más personales haciéndolos públicos, sin hallar ningún inconveniente, sino, más bien, un evidente disfrute, en permitir el acceso a las imágenes de su vida privada a cualquiera que se las encuentre o las busque. [...] Nos hallaríamos hoy en una evidente crisis de lo introspectivo [...] (2015: 54).

Con esta aserción, Prada esgrime el término que introdujera el filósofo y psiquiatra francés **Jacques Lacan** a mediados del siglo XX (en Sánchez, 2016), y que el también psiquiatra francés **Serge Tisseron** utilizó hace casi dos décadas en su ensayo *La intimidad sobreexpuesta* (2001), donde lo explicaba como “el movimiento que empuja a cada cual a mostrar una parte de su vida íntima, tanto física como psíquica” (en Yanke, 2014).

Pero ¿a qué se debe tal voluntad de publicar lo íntimo? Además de a la influencia de la cultura de la imagen o de la “necesidad de exposición individual entre la masa” (García-García, 2019), hay que apuntar a la aceptación de lo virtual como una nueva realidad y a la **política de privacidad** de las diferentes plataformas interactivas. Respecto a estas características de las RRSS, el consultor tecnológico español **Manel López** en su ensayo *Internet de las cosas* (2019) utiliza el concepto **software social** para hablar de la falta de privacidad en Internet:

[...] como plataforma masiva de publicación abierta, ha sido una fuerza disruptiva en cuanto al concepto de privacidad. La mayoría de las cosas que escribimos en la web puede ser visible por cualquier persona. A medida que la utilización de los dispositivos de IoT¹¹ se haga más masiva, vamos a estar abriendo nuevas puertas que afecten aún más a nuestra privacidad (en López-Briega, 2019).

¹¹ El “IoT (del inglés: ‘Internet of Things’) se refiere a “la agrupación e interconexión de dispositivos y objetos a través de una red (bien sea privada o Internet, la red de redes), donde todos ellos podrían ser visibles e interaccionar” (Gracia, 2019).

Por lo tanto, la política de privacidad de plataformas como las RRSS no permite el establecimiento de un ámbito verdaderamente privado, ya que a través del uso de los **cookies** y de las publicaciones, el funcionamiento de las mismas ofrece dichos datos a webs y plataformas ajenas que insuflan su publicidad en relación con los intereses que muestre el usuario.

Es irremediable retomar, entonces, una de las ideas de partida de esta investigación, en la que se asociaba la sobresaturación de usuarios en las RRSS a la capacidad transcultural de dichas plataformas, que acaban colonizando a sociedades que no han experimentado un proceso de desarrollo tecnológico. Pero esta crítica va más allá, extendiéndose al ámbito individual por sus innegables influencias políticas y sociales: no afecta sólo a la cultura de forma genérica, también somete al usuario a una radicalización de sus principios, postulados e ideas, afanándolo en el prejuicio fundamentalista y creando una burbuja a su alrededor. De este modo, se produce una paradoja en cuanto al funcionamiento de las RRSS: previstas para una globalización de la imagen y la publicitación del individuo, además infieren en la radicalización de sus posturas por el funcionamiento de su propio software, enfocado a insuflar constantemente todo tipo de agentes externos que tengan relación con los gustos y planteamientos del usuario. En este sentido, el historiador español **Román Gubern** en su ensayo *Medios icónicos de masas* habla de la cultura de la **iconosfera** y la **civilización de la imagen** como un “paisaje caracterizado de la opulencia mediática que puede transformarse en una falsa realidad, suplantando las realidades ingratas de la vida social” y, a veces, también aupándolas (2016 [1997]: 156).

La globalización, como herramienta de publicidad, a la par del fomento de los criterios individuales, retuerce una antítesis que es cercana a la crítica del posmodernismo que realizan filósofos como el citado durante el texto Gustavo Bueno (en Maestro, 2018) y el argentino **José Pablo Feinmann** (2012), en la que refutan la protección poliédrica de la cultura y de las minorías que propone el pensamiento posmoderno. Esto se debe a que el posmodernismo está unido al capitalismo y ha obviado la inercia de la globalización y la aparición de nuevas pautas segmentadas en absolutos (occidente frente a oriente, derecha frente a izquierda, mundo civilizado frente a mundo incivilizado, etcétera). No es posible una posmodernidad proteccionista con lo minoritario si existe tal minoría, pues desde la propia identificación de lo tecnológico las mayorías generarán una transculturación de las minorías. Esta crítica puede llevarse también al ámbito de lo propiamente individual en los usuarios de las RRSS: la configuración de las mismas secuestra la capacidad individual de contrastar y refutar sus ideas, generando constantemente publicidad que apoya sus posicionamientos en la red.

En consecuencia, la sociedad en la que vivimos ha superado cualquier **distopía** o **cacotopía**¹² que preconizaran autores del género de ficción como **George Orwell** en *1984* (2008 [1949]), **Aldous Huxley** en *Un mundo feliz* (2017 [1932]) o **Andrew Niccol** en el film *Gattaca* (1997). La intimidad y la individualidad están más expuestas que nunca, y a pesar de la envoltura liberal a la que conduce la globalización, estamos alienados a la imagen y la tecnología, por lo que cualquier poder puede intervenir en los criterios personales de los usuarios de las plataformas interactivas, sirviéndose de la pérdida de intimidad.

¹² Una “distopía” o “antiutopía” es una sociedad ficticia indeseable en sí misma pero futurible. El concepto fue introducido por el filósofo John Stuart Mill a finales del siglo XIX como antónimo de la “utopía” de Tomás Moro.

3. CONCLUSIONES

3. CONCLUSIONES

En el desarrollo del presente TFM se han conseguido materializar todos los objetivos planteados a modo inicial, tanto en la creación de las obras artísticas personales como en la indagación investigativa. Sin embargo, sería un atrevimiento aseverar que se han creado obras en las que existen novedades nunca antes vistas. No radican ahí las innovaciones. Si de algo ha servido este proyecto, ha sido para entender que en cualquiera de los temas analizados se puede encontrar un abanico amplísimo de artistas y teóricos que también los han utilizado. Las novedades aportadas y las conclusiones radican, más bien, en hallazgos específicos de los temas tratados o en la forma de abordarlos en las argumentaciones teóricas y de materializarlos en las aportaciones artísticas personales.

En primer lugar, a través de la comparación de varios estudios sobre el uso de las RRSS en la actualidad, se han hallado posibles causas del declive y aumento de usuarios dependiendo de las cualidades de cada una de ellas: las RRSS que crecen son aquellas en las que la imagen tiene preponderancia, mientras que las que decrecen son las que equidistan la importancia de lo textual y lo visual. También existe una relación remarcable entre la globalización y la **cualidad transcultural** de las propias RRSS, capaces de ocuparlo todo y de conquistar las culturas minoritarias que aún no han experimentado un proceso de desarrollo tecnológico.

En segundo término, y utilizando a intelectuales del siglo XX como Walter Benjamin o Roland Barthes y a teóricos actuales como Joan Fontcuberta, se ha indagado en la evolución del **retrato** (y el **autorretrato**) y del **selfie** desde las perspectivas etimológica y etiológica, llegando a las siguientes conclusiones:

- El retrato cambia de significado con la aparición de la fotografía a mediados del siglo XIX, perdiendo su cariz psicológico tradicional y etimológico, y volviéndose un medio simplemente operativo con la evolución de la cámara analógica, su cotidianización y la pérdida de importancia de la figuración en la pintura.

- El selfie, a pesar de ser un acrónimo etimológico del “retrato fotográfico”, no se da hasta la democratización de la fotografía y de la imagen, en la que el retrato fotográfico comienza a adquirir sus características.

Siguiendo el proceso con la distinción entre **archivo** y **desecho** apuntalada por Juan Martín Prada, equiparable a la disociación del retrato analógico pre-red social y el selfie, se ha inquirido en la dicotomía **imagen sólida / imagen líquida** de Fontcuberta, en referencia a la fotografía analógica y digital. Con éstas, se ha establecido una relación entre las ideas de **archivo íntimo**, **basura** o **desecho** del filósofo Gustavo Bueno, el concepto **archivo público** de Ana María Guasch y el concepto **archivo** de Jorge Luís Marzo. De esta forma, se ha hallado una diferencia clave entre las acciones que se llevan a cabo con la fotografía analógica y la fotografía digital:

- La primera aún no ha escapado de la intimidad y se archiva en forma de álbum personal.
- La segunda, al carecer de fisicidad, se puede memorizar en los dispositivos digitales y en las computadoras, y ser subida a la red posteriormente, emancipándose del espacio privado y pasando a formar parte del archivo intertextual de la red.

Por consiguiente, y usando el planteamiento de **resguardar** frente a **exhibir** de la investigadora Ana Diamant, puede decirse que el retrato analógico pre-red social es una **imagen resguardada**, mientras que el selfie es una **imagen exhibicionista**.

A continuación, injiriendo en las prácticas artísticas relacionadas con la era interactiva, se ha establecido una diferenciación entre dos corrientes artísticas: el **net art** y al **arte post-Internet**. El net art, llamado así por el artista Vuk Cosic, se refiere al arte de la primera era de Internet, en la que las herramientas digitales eran usadas para la creación de obras artísticas que ocupaban el espacio-red. En el post-Internet art, sin embargo, la obra adquiere fisicidad y ocupa los espacios museables tradicionales, pudiéndose ejecutar con herramientas analógicas o digitales, siendo la virtualidad y la digitalización sus sustentos tematizadores. Así pues, las propuestas artísticas I, II y III del presente TFM, **Be for you**, **Appropriate Selfie** y **Rebuilding Me**, pueden considerarse obras post-Internet.

El artista **pro-user**, del que habla Marisa Olson, se dedica a reciclar objetos e imágenes digitales preexistentes que, con una serie de prácticas que giran en torno al **ciclo de las imágenes**, idea desarrollada por Myriam Romero Sánchez, utiliza la apropiación para la resignificación de las imágenes preexistentes. Buscando patrones que se repitan, se ha observado que las ideas de masificación y archivo son procesos que se dan de forma análoga en la democratización de la porcelana. Esta idea cimenta la propuesta artística IV: **Selfie de naturaleza viva con brillito**.

En tercer y último lugar, y sustentando las últimas indagaciones en teorías que proponen intelectuales como el propio Martín Prada o el filósofo Alberto Cardona, se han expuesto los conceptos **extimidad** y **keep smiling**, llegando a la conclusión de que, a pesar de existir una concepción poliédrica en la construcción identitaria de los usuarios de las RRSS, se produce una contradicción respecto a esta idea y la formalización del selfie, donde, a modo genérico, el usuario se muestra fingidamente feliz y gozoso. Este comportamiento ha trastocado la teoría de la **mirada sartriana**, en la que el “otro” influye en la construcción del “yo” de forma directa.

La necesidad de compartir la intimidad viene dada, además de por la influencia de la imagen en la actualidad, por el funcionamiento de la **política de privacidad** de las RRSS. Respecto a esta conclusión final, y usando a teóricos como Román Gubern o Manel López, existe una conexión entre la **radicalización política** del propio usuario de la red social y su uso, lo que apoya la crítica al posmodernismo planteada por filósofos como el citado Gustavo Bueno o José Pablo Feinmann, en relación con el olvido de la cultura posmoderna de la imposibilidad de un respeto a lo minoritario si existe globalización, lo que se acerca a la **distopía** orwelliana. Sobre esta idea concluyente, se cierra el catálogo de creaciones personales presentadas con la propuesta artística V: **Un mundo éxtimo**.

Esta investigación podría seguir desarrollándose en un futuro. Así como la inercia de los selfies en las RRSS conlleva la sobresaturación masiva del espacio-red, su reciclaje o reuso podría ser algo infinito que cimente un discurso artístico personal vital.

FUENTES Y
REFERENCIAS
DOCUMENTALES

LIBROS Y ENSAYOS:

- BARTHES, Roland, 2012 [1ª ed. 1990]. *La cámara lúcida: nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- BARTHES, Roland, 1993. *La muerte del autor*. Barcelona: Paidós.
- BENJAMIN, Walter, 2018 [1ª ed. 1931] *Breve historia de la fotografía*. Madrid: Casimiro.
- BUENO, Gustavo, 2002. *Telebasura y democracia*. Barcelona: Ediciones B.
- CASARES, Nilo, 2009. *Del net.art al web-art 2.0*. Barcelona: Co.lecció Debats.
- ECO, Umberto, 1992. *La obra abierta*. Barcelona: Planeta-De Agostini.
- FONTCUBERTA, Joan, 1997. *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- FONTCUBERTA, Joan, 2016. *La furia de las imágenes*. Barcelona: Galaxia Güttenberg.
- GADAMER, Hans-George, 1997. *Verdad y método*, vol. 1. Salamanca: Ediciones Sígueme.
- GERGEN, Kenneth J., 1997. *El yo saturado: Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós.
- GOFFMAN, Erving, 2012. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- GUASCH, Anna María, 2011. *Arte y archivo: 1920-2010: genealogías, tipologías y discontinuidades*. Tres Cantos (Madrid): Akal.
- GUBERN, Román, 2016 [1ª ed. 1997]. *Medios icónicos de masas*. Madrid: Historia 16.
- HALMINTON, David, 1985. *Gres y Porcelana*. Barcelona: Barcelona Geac.
- HUXLEY, Aldous, 2017 [1ª ed. 1932]. *Un mundo feliz*. Barcelona: Debolsillo.
- LISTER, Martín, 1997. *La imagen fotográfica*. Barcelona: Paidós.
- LÓPEZ BRIEGA, Raúl E., 2019. *IAAR* [en línea] Comunidad Argentina de Inteligencia Artificial [consulta: 10 de noviembre de 2019]. Disponible en: <https://iaarbook.github.io/sobre-iaar/>
- LÓPEZ I SEUBA, Manel, 2019. *Internet de las cosas*. Barcelona: Ra-Ma.
- MARTÍN PRADA, Juan, 2012. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las Redes Sociales*. Madrid: Akal.
- MARTÍN PRADA, Juan, 2018. *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*. Madrid: Akal.
- OLSON, Marisa, 2013. *Arte Postinternet* [en línea] Proyecto COCOM [consulta: 07 de agosto de 2019]. Disponible en: https://www.academia.edu/26348233/Arte_Postinternet_book_Spanish
- ORWELL, George, 2008 [1ª ed. 1948]. 1984. Harlow: Pearson Education Ltd.
- PÉREZ RODRÍGUEZ, M. L., 2008. *El autorretrato o identidad ante la cámara fotográfica*. Valencia S.I.: El autor.

- SONTAG, Susan, 2006. *Sobre la fotografía*. México: Alfaguara.
- YUNES VALLEJO, Facundo, 2017. *Diálogos con Artistas*. V Edición. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

CAPÍTULOS DE LIBROS, ENSAYOS Y ARTÍCULOS:

- ALCARAZ, M.^a José, et al., 2005. "Estética después del fin del arte. Ensayos sobre Arthur Danto". ALCARAZ, M.^a José, et al., 9. *Sobre algunas disonancias en la crítica de Arte de A. C. Danto*; 10. *Símbolo encarnado: del cuerpo al efecto*; 11. *Intención e interpretación: aporía en la crítica de Danto a la teoría estética*. Madrid: Filosofía, pp. 185-208; pp. 209-232; pp. 233-256.
- CHOZAS, Javier, 2014. "El tiempo digital. Narciso narcotizado". CHOZAS, Javier. 3.7. *experiencias del tiempo digital*; 3.8. *Autorreferencialidad y el circuito de la dopamina*. Buenos Aires: Diseño, pp. 51-64; pp. 64-71.
- HERNÁNDEZ, Fernando, 2012. "Espigador@s de la cultura visual. Otra narrativa para la educación de las artes visuales". HERNÁNDEZ, Fernando. *La relevancia de la visión y la visualidad en el mundo contemporáneo*; *Posiciones frente a la cultura visual*. Barcelona: Octaedro, 2ª ed., pp. 24-26; pp. 62-68.
- SERÉS SEUMA, Teresa; Joana SOTO MEROLA y Mariona VISA BARBOSA, 2018. "Del retrato de familia a la fotografía de perfil". SERÉS SEUMA, Teresa; Joana SOTO MEROLA y Mariona VISA BARBOSA, 2018. *Usos de la fotografía en la red social Facebook*. Buenos Aires, pp. 718-729.

CATÁLOGOS:

- CERVERA FERNÁNDEZ, Isabel, et al., 2005. *La imagen pictórica en la cerámica china. Donación Tjmen Knecht y Helen Drenth*. Valencia: Museo Nacional de Cerámica y de las Artes Suntuarias González Martí.
- DIVIS, Jan, 1989. *El arte de la porcelana en Europa*. Madrid: Libsa.
- GIBSON, Robin y Norbert LYNTON, 2001. *Painting the century. 101 portrait Masterpieces 1900-2000*. Londres: National Portrait Gallery.
- OLIVAR DAYDI, M., 1953. *La porcelana en Europa: desde sus orígenes hasta principios del siglo XIX*. Barcelona: Barcelona Seix Barral.

TFG:

- CEREIJO FURELOS, María, 2015. *El "yo" frente a la cámara* [en línea]. M.^a Pilar Beltrán Lahoz, tut. (Trabajo Fin de Grado). Universidad Politécnica de Valencia. Facultat de Belles Arts de Sant Carles, Valencia [consulta: 23 de junio de 2019]. Disponible en: [https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/58051/CEREIJO%20%20EL%20YO%20FRENTE%](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/58051/CEREIJO%20%20EL%20YO%20FRENTE%20)

[20A%20LA%20C%C3%81MARA.%20CONSTRUCCI%C3%93N%20DE%20LA%20IMAGEN%20MEDIANTE%20EL%20SELFIE%20Y%20EL%20RETRATO%20FOT....pdf?sequence=3](#)

- DELGADO MORALES, Claudio, 2018. *Revisión teórica sobre el uso de las TIC y el smartphone en la docencia universitaria*. Gema Paramio Pérez, tut. (Trabajo Fin Grado). Universidad de Huelva. Facultad de Educación, Huelva (copia cedida).

- GONZÁLEZ LÓPEZ, Esther, 2016. *Bárbara Kruger: análisis sobre el activismo de su obra fotográfica* [en línea]. Fernando Contreras Medina, tut. (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Sevilla. Facultad de Periodismo, Sevilla [consulta: 18 de junio de 2019]. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/52785/TFG%20ESTER%20GONZALEZ%20LOPEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- RODRÍGUEZ PÉREZ, Jorge, 2014. *Net. Art, ¿democracia o fin del arte?* [en línea]. M.^a José Mori Vara, tut. (Trabajo Fin de Grado). Universidad Rey Juan Carlos. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Madrid [consulta: 02 de noviembre de 2019]. Disponible en: https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/11978/JORGE%20RODRIGUEZ%20PEREZ_TFG_NOV-13.pdf?sequence=1&isAllowed=y

TFM:

- ORTEGA, Patricia, 2015. *La Postfotografía y el Selfie. Como instrumento para ponderar la fotografía y las prácticas fotográficas en las Redes Sociales: un investigación antropológica basada en las Artes* [en línea]. M.^a Dolores Álvarez Rodríguez, tut. (Trabajo Fin de Máster Oficial: "Artes Visuales y Educación: un enfoque construccionista"). Universidad de Granada. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Granada [consulta: 04 de octubre de 2019]. Disponible en: https://issuu.com/patriciaortega4/docs/publicar_2014-15_sept_tfm_lucas_ort

- ROMERO SÁNCHEZ, Myriam, 2018. *El ciclo de las imágenes: una aproximación al método creativo post-Internet* [en línea]. Fernando Infante del Rosal, tut. (Trabajo Final de Máster Oficial en Arte: "Idea y Producción"). Universidad de Sevilla. Facultad de Bellas Artes, Sevilla [consulta: 02 de junio de 2019]. Disponible en: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/83877/tfm_053.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ARTÍCULOS EN PERIÓDICOS DIGITALES Y WEBS:

- ACEVEDO ORTEGA, Estefanía, 2007. "El retrato imaginario de Roland Barthes", *Reflexiones marginales* [en línea] no 41 [consulta: 23 de agosto de 2019]. Disponible en: <http://reflexionesmarginales.com/3.0/el-retrato-imaginario-de-roland-barthes/>

- ARANDA G., Beatriz y Kim DONG-KYU, 2017. "¿Puede un selfie ser una obra de artes?", *El Mundo* [en línea] marzo 2017, Historias [consulta: 10 de noviembre de 2019]. Disponible en: <https://www.google.com/amp/s/amp.elmundo.es/papel/historias/2017/04/58e530c6268eaa318b45a2.html>

- BARBA, Sandra, 2017. "La cirugía plástica como performance: Orlan", *Letras Libres* [en línea] agosto 2017, Arte [consulta: 27 de junio de 2019]. Disponible en: <https://www.letraslibres.com/mexico/arte/la-cirugia-plastica-como-performance-orlan>
- BETANCUR, José, 2018. "La vida, muerte y renacimiento de Polaroid", *Polaroid Journey* [en línea] agosto 2018 [consulta: 12 de agosto de 2019]. Disponible en: <https://medium.com/polaroid-journey/la-vida-muerte-y-renacimiento-de-polaroid-ae96ee82c164>
- BOSCO, Roberta y Stefano CALDANA, 2012. "El rostro de las redes sociales", *El País* [en línea] mayo 2012, Blogs, Tecnología [consulta: 17 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://blogs.elpais.com/arte-en-la-edad-silicio/2012/05/el-rostro-de-las-redes-sociales.html>
- CHAVO, 2010. "Qué significa broswing", *Alegsa.com* [en línea] [consulta: 08 de noviembre de 2019]. Disponible en: <http://www.alegsa.com.ar/Diccionario/C/12998.php>
- DE PLATA, Haluros, 2014. "El instante decisivo de Henri Cartier- Bresson", *Cultoro* [en línea] enero 2014, Cultorizate [consulta: 12 de junio de 2019]. Disponible en: <https://www.cultoro.es/cultorizate/haluros-de-plata/2014/1/10/el-instante-decisivo-de-henri-cartier-bresson-5299.html>
- ESCAMILLA, Omar, 2018. "Razones por las que debes incorporar Facebook stories a tu página", *Merca2.0*. [en línea] febrero 2018, Marketing digital [consulta: 03 de noviembre de 2019]. Disponible en: <https://www.merca20.com/razones-por-las-que-debes-incorporar-facebook-stories-a-tu-pagina/>
- GUERRA TEROL, Carlos, 2019. "Hashtag: ¿Qué es, para qué sirve y cómo usarlo?", *carlosguerraterol.com* [en línea] [consulta: 16 de julio de 2019]. Disponible en: <https://carlosguerraterol.com/hashtag-que-es-para-que-sirve-como-usar/>
- GRACIA, María, 2019. "IoT - Internet Of Things", *Deloitte* [en línea] [consulta: 27 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/technology/articles/IoT-internet-of-things.html#>
- IBARRA, Alicia, 2015. "Del 'di patata' a 'nos hacemos un selfie'", *20 minutos* [en línea] marzo 2015, Actualidad [consulta: 04 de agosto de 2019]. Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/2503195/0/selfie-palo/fotos-smartphones/tecnologia-digital/>
- LEAL, Nadia, 2017. "¿Quién es Cindy Sherman y por qué sus 'selfies' son importantes?", *BAZAAR* [en línea] octubre 2017, Cultura [consulta: 22 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/es/cultura/ocio/a355059/cindy-sherman-artista-selfies-instagram-autorretratos-arte-contemporaneo-feminismo/>
- LLUISELLI, Valeria, 2015. "Sobre la fotografía instantánea", *El País* [en línea] junio 2015, Reportaje [consulta: 17 de junio de 2019]. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2015/06/01/eps/1433174197_251152.html
- MARTÍNEZ, Celia, 2016. "ORLAN: la obra de una artista que grita contra los estándares", *La Nación* [en línea] noviembre 2016, Cultura [consulta: 03 de agosto de 2019]. Disponible en:

<https://www.lanacion.com.ar/cultura/orlan-la-obra-de-una-artista-que-grita-contra-los-estandares-nid1959412>

- OTERO, César, 2019. "El motivo por el que el logo de Facebook es azul", AS [en línea] octubre 2019, Temas de la semana [12 de noviembre de 2019]. Disponible en: https://as.com/meristation/2019/02/10/betech/1549803119_324032.html

- RAHMAN-JONES, Imran, 2017. "Así nació y evolucionó el selfie (y no lo inventaron Paris Hilton y Britney Spears)", BBC [en línea] noviembre 2017, Mundo [consulta: 15 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42060499>

- REVUELTA, Laura, 2016. "Fontcuberta se hace un «selfie»", ABC [en línea] julio 2016, Cultura [consulta: 17 de julio de 2019]. Disponible en: https://www.abc.es/cultura/cultural/abci-fontcuberta-hace-selfie-201610071205_noticia.html

- TEROL, Daniel, 2019. "Rosell Meseguer captura lo invisible", Alicanteplaza [en línea] junio 2019 [consulta: 02 de noviembre de 2019]. Disponible en: <https://alicanteplaza.es/rosell-meseguer-captura-lo-invisible>

- VERDÚ, Vicente, 2014. "El 'selfie' y el autorretrato", El País [en línea] abril 2014, Cultura [consulta: 19 de agosto de 2019]. Disponible en: https://elpais.com/cultura/2014/04/11/actualidad/1397208918_684791.html

- ZALLES, Maricruz, 2017. "¿Qué es una selfie? 50 artistas responden", Los Tiempos [en línea] noviembre 2017, Cultura [consulta 12 de agosto de 2019]. Disponible en: <https://www.lostiempos.com/doble-click/cultura/20171109/que-es-selfie-50-artistas-responden>

ARTÍCULOS EN REVISTAS:

- ABBRUZZESE, Claudio Guillermo, 2014. "La fotografía como documento de archivo", *Asociación Hispana de Documentalistas en Internet* [en línea] no 8, pp. 1-10 [consulta: 19 de octubre de 2019]. Disponible en: <http://www.actiweb.es/ojosquehablan/archivo2.pdf>

- BIOSCA I BAS, Antoni, 2009. "Mil años de virtualidad: origen y evolución de un concepto contemporáneo", *Eikasía: Revista de Filosofía* [en línea] septiembre 2009, no 5 [consulta: 13 de octubre de 2019]. Disponible en: <http://revistadefilosofia.com/28-01.pdf>

- BORNHAUSER, Niklas, 2006. "Entre la identidad y la diferencia acerca de la lógica constitutiva del sujeto en el pensar de Jürgen Habermas y Michel Foucault : una controversia pendiente", *Scielo: Revista de Filosofía* [en línea] no 62, 101-115 [consulta: 08 de noviembre de 2019]. Disponible en: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-43602006000100007

- CARDONA REYES, Jairo Alberto, 2007. "Selfie: el olvido del ser-para-otro", *Reflexiones marginales: Universidad Nacional Autónoma de México* [en línea] no 32, pp. 1-12 [consulta: 20 de octubre de 2019]. Disponible en: <http://reflexionesmarginales.com/3.0/selfie-el-olvido-del-ser-para-otro/>

- CONTRERAS, Fernando R., "La obra de arte en la era digital", *TELOS (Fundación Telefónica)* [en línea] no 91 [consulta: 14 de agosto de 2019]. Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero091/la-obra-de-arte-en-la-era-digital/?output=pdf>
- FINOL, José Enrique, 2015. "00. Nuevos escenarios en la Coposfera: Fotografía, selfies y neonarcisismo", *Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada* [en línea] no 4, pp. 15-28 [consulta: 05 de agosto de 2019]. Disponible en: https://issuu.com/joseenriquefinol/docs/selfies_articulo_publicado_en_revis
- MARTÍN PRADA, Juan, 2010. "La condición digital de la imagen". *Lúmen-ex Premios de Arte Digital Universidad de Extremadura* [en línea] no 1, pp. 42-53 [consulta: 27 de junio de 2018]. Disponible en: http://www.juanmartinprada.net/textos/martin_prada_j_la_condicion_digital_de_la_imagen_2010.pdf
- MARTÍN PRADA, Juan, 2012. "Los "social media" como ámbito de referencia de las nuevas prácticas artísticas", *DEFORMA* [en línea] no 3, pp. 28-35 [consulta: 12 de noviembre de 2019]. Disponible en: https://www.juanmartinprada.net/textos/martin_prada_j_los_social_media_como_ambito_de_referencia.pdf
- MARTÍN PRADA, Juan, 2017. "Sobre el arte post-Internet", *Aureus: Universidad de Guanajuato* [en línea] no 3, pp. 45-51 [consulta: 23 de julio de 2019]. Disponible en: https://www.juanmartinprada.net/imagenes/martin_prada_sobre_el_arte_postinternet.pdf
- PINTO ÁLVAREZ, Emilio, 2017. "El arte de la luz", *Lagar y Luz: Ilmo. Ayto. Bollullos Par del Condado*, no 2017, pp. 50 y 51.
- POMBO, Mercedes, 2012. "Nuevos modos de exposición y circulación de las imágenes fotográficas", *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, no 49, pp. 255-267.
- RODRÍGUEZ IBÁÑEZ, Margarita, 2012. "El concepto de Net.art. La fuerza del grupo conectado", *Asociación Aragonesa de Críticos de Arte* [en línea] no 18, pp. 1-4 [consulta: 12 de noviembre de 2019]. Disponible en: <file:///C:/Users/aleja/Downloads/Dialnet-ElConceptoDeNetart-3927765.pdf>
- SÁNCHEZ, Rocío, 2016. "Extimidad: Exhibir lo íntimo", *La Jornada* [en línea] no 234 [consulta: 07 de noviembre de 2019]. Disponible en: <https://www.jornada.com.mx/2016/01/07/ls-central.html>
- SERRA, Francisco, 2006. "Reseña: El Libro de los pasajes de Walter Benjamin", *Foro Interno* [en línea] no 6, pp. 155-161 [consulta: 02 de noviembre de 2019]. Disponible en: <file:///C:/Users/aleja/Downloads/8844-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8925-1-10-20110531.PDF>

ENTREVISTAS:

- FONTCUBERTA, Joan, 2012. "Hay un tipo de fotografía líquida", entrevista realizada por Marina Oybin [en línea] En: Riverside Agency, 4 de diciembre de 2012 [consulta: 11 de noviembre de 2019]

2019]. Disponible en: <http://www.riversideagency.com.ar/nota.php?notaid=606&t=Fontcuberta%3A+%E2%80%9CHay+un+tipo+de+fotograf%C3%ADa+l%C3%ADquida%E2%80%9D>

- FONTCUBERTA, Joan, 2019. "Joan Fontcuberta: <<El exceso de imágenes puede convertirse en una forma de censura>>", entrevista realizada por Eduald Espluga [en línea] En: Playground, 2019 [consulta: 13 de noviembre de 2019]. Disponible en: https://www.playgroundmag.net/cultura/joan-fontcuberta-el-exceso-de-imagenes-puede-convertirse-en-una-forma-de-censura_31329146.html

- PONTES, Laís, 2019. "Entrevista: Laís Pontes" [en línea] Realizada por NOVAS MEDIAS, septiembre 2019 [consulta: 09 de noviembre de 2019]. Disponible en: <http://novas-medias.blogspot.com/2012/01/entrevista-lais-pontes.html>

- TISSERON, Serge, 2014. "Lo íntimo sigue siendo íntimo, mientras no se enseñe en la red", entrevista realizada por Rebeca Yanke [en línea] En: El Mundo, diciembre 2014 [consulta: 07 de noviembre de 2019]. Disponible en: <https://www.elmundo.es/espana/2014/12/20/54932019e2704ef17f8b4572.html>

CONFERENCIAS Y CONGRESOS:

- ALBARRACÍN, Pilar, 2018. "En la Piel del Otro". En: *Máster universitario en Arte: Idea y Producción*, 28 de noviembre de 2018. Facultad de BB.AA. de Sevilla: Universidad de Sevilla.

- BAIXAULI, Raquel y Esther GONZÁLEZ GEA, 2017. "Fotógrafos anónimos. Una aproximación a la fotografía encontrada". En: *Congreso Internacional sobre Fotografía*, 5 y 6 de octubre de 2017. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, pp. 111-122.

- DIAMANT, Ana, 2006. "La función arcóntica: resguardo y disposición". En: *XIII Jornadas de Investigación y Segundo Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur* [en línea] Facultad de Psicología : Universidad de Buenos Aires, pp. 384-387 [consulta: 13 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-039/11.pdf>

- FONTCUBERTA, Joan y Juan Antonio MOLINA, 2011. "La obra-colección/ La obra-intervención". En: *Mayo Fotográfico, ciclo de Conferencias y Diálogos*, 25 de mayo de 2011 [en línea] Xalapa, Veracruz: México [consulta: 08 de septiembre de 2019]. Disponible en: <https://www.revolvy.com/page/Joan-Fontcuberta-%252D-La-obra%252Dcolecci%C3%B3n-Parte-4?type=videos&cmd=list&sml=Nb0lr8iK0M0>

- LUQUE MOYA, Gloria, 2010. "Estética de lo cotidiano". En: *Congresos.um.es* [en línea] [consulta: 17 de octubre de 2018]. Disponible en: <http://congresos.um.es/filosofiajoven/filosofiajoven2010/paper/viewFile/6961/6681>

- MARTÍN PRADA, Juan, 2018. "El ver y las imágenes en el tiempo de internet". *Charla-conferencia en: Máster universitario en Arte: Idea y Producción*, 13 de diciembre de 2018. Facultad de BB.AA. de Sevilla: Universidad de Sevilla.

ESTUDIOS Y ESTADÍSTICAS DEL USO DE LAS RRSS:

- GALEANO, Susana, 2019. "El número de usuarios de Internet en el mundo crece un 9,1% y alcanza los 4.388 millones (2019)". En: *Revista: Marketing4Ecommerce, marketing4ecommerce.net* [en línea] enero 2019, Popular [consulta: 60 de febrero de 2019]. Disponible en: <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo/>
- IAB SPAIN, 2018. "Estudio anual de Redes Sociales 2018". En: *iabspain.es. Dimensionamiento y Perfil de usuario de las Redes Sociales*, pp. 5 y 6 [en línea] [consulta: 22 de enero de 2019]. Disponible en: https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-redes-sociales-2018_vreducida.pdf
- MEJÍA LLANO, Juan Carlos, 2018. "Estadísticas de redes sociales julio 2018: usuarios de Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, WhatsApp y otros". En: *Juan Carlos Mejía Llano, Consultor y Speaker de Marketing Digital y Transformación Digital, juancmejia.com* [en línea] noviembre 2018 [consulta: 04 de febrero de 2019]. Disponible en: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- MEJÍA LLANO, Juan Carlos, 2019. "Estadísticas de redes sociales 2019: usuarios de Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, WhatsApp y otros". En: *Juan Carlos Mejía Llano, Consultor y Speaker de Marketing Digital y Transformación Digital, juancmejia.com* [en línea] marzo 2019 [consulta: 04 de septiembre de 2019]. Disponible en: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>

VÍDEOS:

- BUENO, Gustavo, 2018. "El objetivo de la posmodernidad es reprimir y destruir la razón humana". En: *Jesús G. Maestro* [vídeo en línea] [consulta: 17 de octubre de 2019]. Disponible: <https://www.youtube.com/watch?v=xS5JwCRoPDM&t=162s>
- FEINMANN, José Pablo, 2012. "El Posmodernismo según Jose P. Feinmann.mov". En: *TvKronopio* [vídeo en línea] [consulta: 13 de junio de 2019]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=f3dq9eYztGk&t=11s>
- GARCÍA VILLARÁN, Antonio, 2019. "¿Por qué pinto autorretratos? Mis razones y algo de historia del retrato". En: *Antonio García Villarán* [vídeo en línea]. 24 de octubre de 2019. [consulta: 27 de octubre de 2019]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=G3Wc1WPrYiA>
- NICCOL, Andrew, 1998. "Gattaca". En: *Películas de Youtube* [en línea] [consulta: 13 de noviembre de 2019]. Disponible en: <http://bit.ly/11EkH5Y>

DICCIONARIOS EN LÍNEA:

- DICCIONARIO etimológico de la lengua española, de Chile, 2011. "Etimología de RETRATO". En: *Diccionario etimológico de la lengua española, de Chile* [en línea] [consulta: 24 de agosto de 2019]. Disponible en: <http://etimologias.dechile.net/?retrato>

- REAL Academia Española, 2014. "Retrato". En: *Diccionario de la lengua española* [en línea] [consulta: 11 de noviembre de 2019]. Disponible en: <https://dle.rae.es/?w=retrato&m=form>

COMUNICACIÓN PERSONAL:

- Fernando García García, comunicación personal en tutoría, 6 de noviembre de 2019.

ÍNDICE DE NOMBRES:

ADAMSON, Robert
BAKER, Christofer
BARRIGA Oliva, Ana
BARTHES, Roland
BAUDELAIRE, Charles
BAYARD, Hippolyte
BENJAMIN, Walter
BOLTANSKI, Christian
BUENO, Gustavo
CARDONA Reyes, J. Alberto
CARTIER-BRESSON, Henri
COSIC, Vuk
DANTO, Arthur
DIAMANT, Ana
DOSTOIEVSKI, Fiódor
ECO, Umberto
FEINMANN, J. Pablo
FONTCUBERTA, Joan
FOUCAULT, Michel
GERGEN, Kenneth J.
GIL Posa, María
GOFFMAN, Erving
GONZÁLEZ Soca, Alejandra
GUASCH, Ana María
GUBERN, Román
GURSKY, Andreas
HERNÁNDEZ, Fernando
HUXLEY, Aldous
KAFKA, Franz
KRUGER, Barbara
LIALINA, Olia
LÓPEZ, Manel
MARTÍN Prada, Juan
MARZO, Jorge Luís
MESSEGUER, Rosell

"NADAR"
NICCOL, Andrew
ODELL, Jenny
OCTAVIUS Hill, David
OLSON, Marisa
"ORLAN"
ORWELL, George
PIGOTT, Tristan
PINTO Álvarez, Emilio
PONTES, Laís
RAFMAN, Jon
REMBRANDT
RICKARD, Doug
RODRÍGUEZ I., Margarita
"ROMERO, Intimidad"
ROMERO Sánchez, Myriam
SARTRE, Jean Paul
SCHULZ, Pit
SHERMAN, Cindy
SOLTAU, Anegrette
SONTAG, Susan
UMBRICO, Penelope
VÁLERY, Paul
VAN HOUSE, Nancy
VIONNET, Corinne
VISA Barbosa, Mariona
WOLF, Michael
ZAPATA Vázquez, Manuel

ÍNDICE DE IMÁGENES:

- Fig. 1.1.1. I. Captura de pantalla del post de Facebook *DIME QUIÉN SOY. BEING FOR YOU* (#Recycleselfie). Alejandro Mairena Morales, 2019. Disponible:
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10217869229940235&id=1167859662
- Fig. 1.1.1. II. Captura de pantalla de Facebook, imágenes individuales del post *DIME QUIÉN SOY. BEING FOR YOU* (#Recycleselfie). Alejandro Mairena Morales, 2019. Disponible:
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10217869229940235&id=1167859662
- Fig. 1.1.1. III. Captura de pantalla de las instrucciones del post de Facebook *DIME QUIÉN SOY. BEING FOR YOU* (#Recycleselfie). Alejandro Mairena Morales, 2019. Disponible:
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10217869229940235&id=1167859662
- Fig. 1.1.1. IV. Captura de pantalla de algunos comentarios I del post de Facebook *DIME QUIÉN SOY. BEING FOR YOU* (#Recycleselfie). Alejandro Mairena Morales, 2019. Disponible:
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10217869229940235&id=1167859662
- Fig. 1.1.1. V. Captura de pantalla de algunos comentarios II del post de Facebook *DIME QUIÉN SOY. BEING FOR YOU* (#Recycleselfie). Alejandro Mairena Morales, 2019. Disponible:
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10217869229940235&id=1167859662
- Fig. 1.1.1. VI. Captura de pantalla de algunos comentarios III del post de Facebook *DIME QUIÉN SOY. BEING FOR YOU* (#Recycleselfie). Alejandro Mairena Morales, 2019. Disponible:
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10217869229940235&id=1167859662
- Fig. 1.1.1. VII. Captura de pantalla del gif seccionado de ambas imágenes en Facebook *BEING FOR YOU* (#Recycleselfie). Alejandro Mairena Morales, 2019. Disponible:
<https://www.facebook.com/1167859662/videos/pcb.10218103447635531/10218103443315423/?type=3&theater>
- Fig. 1.1.1. VIII. Captura de pantalla del gif de ambas imágenes en Facebook *BEING FOR YOU* (#Recycleselfie). Alejandro Mairena Morales, 2019. Disponible:
<https://www.facebook.com/1167859662/videos/pcb.10218103447635531/10218103443315423/?type=3&theater>
- Fig. 1.1.2. I. *Cuatro selfies apropiados* para la realización de la imagen masculina. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 1.1.2. II. *Cuatro selfies apropiados* para la realización de la imagen femenina. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 1.2.1. I. Fotografía de instalación (abierta) *APPROPRIATE SELFIE*. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 1.2.1. II. Detalle I *APPROPRIATE SELFIE*. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 1.2.1. III. Detalle II *APPROPRIATE SELFIE*. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 1.2.2. I. Conjunto de algunos de los *selfies apropiados*. Alejandro Mairena Morales, 2019.

- Fig.1.2.2. II. Algunas piezas de la instalación **APPROPRIATE SELFIE**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.3.1. I. **REBUILDING ME**, 2019. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.3.1. II. **REBUILDING ME**. Detalle I. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.3.1. III. **REBUILDING ME**. Detalle II. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.3.1. IV. **REBUILDING ME**. Detalle III. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.3.2. I. **Autorretrato fotográfico** usado como base del fotomosaico. Alejandro Mairena Morales, 2018.
- Fig.1.4.1. I. Fotografía I de performance **HOMO PORCELANOSUS. SELFIE DE NATURALEZA VIVA CON BRILLITO**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.4.1. II. Fotografía II de performance **HOMO PORCELANOSUS. SELFIE DE NATURALEZA VIVA CON BRILLITO**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.4.1. III. Fotogramas 00:34" y 01:47" de la vídeo-performance **RECETA PARA NATURALEZA VIVA CON BRILLITO. SELFIE DE NATURALEZA VIVA CON BRILLITO**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. I. Portada **NOVELA UN MUNDO ÉXTIMO**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. II Sinopsis **NOVELA UN MUNDO ÉXTIMO**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. III. Resumen **NOVELA UN MUNDO ÉXTIMO**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. IV. Diálogo **NOVELA UN MUNDO ÉXTIMO**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. V. Imagen del **GRAN ESPAÑOL COMÚN**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. VI. Bandera del **PARTIDO ÉXTIMO ESPAÑOL**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. VII. Bandera física del **PARTIDO ÉXTIMO ESPAÑOL**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. VIII. Pin **GRAN ESPAÑOL COMÚN**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. IX. Pin del **PARTIDO ÉXTIMO ESPAÑOL**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. X. Cartel del **PARTIDO ÉXTIMO ESPAÑOL y EL LÍDER**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. XI. **INTERVENCIÓN URBANA**. Detalle 1. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. XII. **INTERVENCIÓN URBANA**. Detalle 2. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. XIII. **INTERVENCIÓN URBANA**. Detalle 3. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. XIV. **INTERVENCIÓN URBANA**. Detalle 4. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. XV. **INTERVENCIÓN URBANA**. Detalle 5. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. XVI. **INTERVENCIÓN URBANA**. Detalle 6. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig.1.5.1. XVII. **INTERVENCIÓN URBANA**. Detalle 7. Alejandro Mairena Morales, 2019.

- Fig.1.5.1. XVIII. Retrato áulico de **EL GRAN ESPAÑOL COMÚN**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 1.5.2. I. **Proceso de yuxtaposición de cuatro selfies femeninos apropiados e imagen final de Alicia para la portada de “Un mundo éxtimo”**; Óleo sobre tabla entelada; 30 x 20 cm. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 1.5.2. II. **Imagen previa, obtenida con mezcla de cuatro selfies**. Técnica mixta sobre tabla; 30 x 20 cm. **Conversión en imagen del líder**. Gouache y rotuladores al alcohol sobre cartulina; 25 x 30 cm. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 1.5.2. III. **Imagen final del líder: “El Gran Español Común”**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 1.5.2. IV. **Intervenciones ajenas sobre los carteles pegados**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 2.1. I. **Estudio Hootsuite “We are social”** sobre la cantidad de usuarios en las RRSS, 2018. Disponible: <https://neoattack.com/redes-sociales/>
- Fig. 2.1. II. **Logotipos de Facebook e Instagram**. El logotipo de Facebook fue diseñado en 2005 por Michael Buzzard, diseñador gráfico y publicista de la empresa *The Cuban Council*; el nuevo logo de Instagram, por su parte, fue creado en 2012 por el diseñador gráfico Robert Padbury (Alcaraz, 2012). Disponible en: <https://icon-icons.com/es/buscar/iconos/instagram>
- Fig. 2.2. I. **Newhaven fishwife**, 1840. David Octavius Hill y Robert Adamson. Disponible: <https://www.nationalgalleries.org/art-and-artists/27652/mrs-elizabeth-johnstone-hall-newhaven-fishwife>
- Fig. 2.2. II. **La Noyé**, 1840. Hippolyte Bayard. Disponible: <https://proyectoidis.org/hippolyte-bayard/>
- Fig. 2.2. III. **Autorretrato de Anastasia Romanov**, 1914. Disponible: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42060499>
- Fig. 2.2. IV. **Autorretrato de Robert Cornelius**, 1839. Disponible: <https://www.laprensa.com.ni/2017/11/21/tecnologia/2334537-asi-nacio-y-evoluciono-el-selfie-y-no-lo-inventaron-paris-hilton-y-britney-spears>
- Fig. 2.2.1. I. **Álbum de fotografías analógicas**. Disponible: <http://www.disycom.com/regalos-para-recordar-el-album-fotografico/>
- Fig. 2.2.1. II. **Mapa conceptual** sobre la teoría de la basura y la intimidad de Gustavo Bueno aplicada al retrato analógico y al selfie. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 2.2.1. III. **Mapa conceptual** del concepto de archivo público en la red social de Ana María Guasch. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 2.2.1. IV. **Collage de selfies**. Disponible: <https://thenextweb.com/insider/2015/10/30/this-bot-tells-you-if-your-selfies-suck/>
- Fig. 2.2.1. V. Instalación **Personnes**, 2010. Christian Boltanski. Ropa, archivadores, suelo seccionado y grúas. Monumenta de París, Gran Palais. Disponible: <https://www.e-flux.com/announcements/193845/christian-boltanskistorage-memory/>

- Fig. 2.2.1. VI. Instalación **Moment Odessa**, 1989. Christian Boltanski. Retratos analógicos intervenidos, cajas de documentación, luces. Disponible: https://www.eldiario.es/cultura/arte/nombres-olvidados-Christian-Boltanski_0_606140312.html
- Fig. 2.2.1. VII. **99 cents**, 1999. Andreas Gursky. Impresión cromogénica montada en plexiglás, 207 x 368 cm. Disponible: <https://publicdelivery.org/andreas-gursky-duesseldorf-museum-kunstpalaast/>
- Fig. 2.2.1. VIII. **Sunset Portraits**, 2011. Penelope Umbrico. Imágenes digitales apropiadas de Flickr. Impresión cromogénica (4,63 pulgadas cada imagen). Disponible: <https://www.lasm.org/exhibitions/art-exhibitions/sun-light-star-light-contemplations-on-the-solar-orb>
- Fig. 2.2.1. IX. Instalación **Lo invisible**, 2019. Rosell Meseguer. Periódicos, imágenes analógicas y digitales, documentos encontrados, etcétera. Disponible: <https://alicanteplaza.es/el-instituto-gil-albert-expone-la-obra-de-rosell-meseguer-en-el-ciclo-arte-en-la-casa-bardin>
- Fig. 2.2.1. X. Vitrina de ropa interior femenina en la exposición **Devenires de Hypomnema**, 2015. Alejandra González Soca. Disponible: <http://cabildo.montevideo.gub.uy/exposiciones/el-legado-invisible-devenires-de-hypomnema-noviembre-2015-agosto-2016>
- Fig. 2.2.2. I. **De animales a Dioses**, 2018. Ana Barriga Oliva. Óleo, esmalte y spray sobre lienzo enmarcado, 186 x 144 cm. Disponible: http://birimbao.es/portfolio_page/ana-barriga-artista/
- Fig. 2.2.2. II. **Artefacto**, 2016. Manuel Zapata Vázquez. Piezas cerámicas y óleo sobre lienzo, 100 x 100 x 75 cm. Disponible: <https://montananegra.files.wordpress.com/2016/12/manuel-zapata.pdf>
- Fig. 2.2.3. I. Captura de pantalla del gif **PaintFx**, 2009. Jon Rafman. Gif subido a la red realizado con Paint y Paint 3D. Disponible: <https://paintfx.biz/>
- Fig. 2.2.3. II. Imagen de **MBCBFW**, 1996. Olia Lialina. Hipertexto narrativo en html, link original. Disponible: <http://www.teleportacia.org/war/war.html>
- Fig. 2.2.3. III. **Your body is a battleground**, 1989. Barbara Kruger. Fotografía y texto, 309,6 x 185,1 x 5,1 cm. Disponible: <https://akimgal.pw/barbara-kruger-artsy.html>
- Fig. 2.2.3. IV. Representación gráfica del **Ciclo de las imágenes** reinterpretando la esquematización propuesta por Myriam Romero Sánchez en *El ciclo de las imágenes: una aproximación al método creativo post-Internet*. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 2.2.3. V. **Muelle 24. # 39.937119, Camden, NJ**. 2009. Doug Rickard. Imagen de Google Street View. Impresión pigmentada sobre papel, 33-1 / 2 x 21 pulgadas. Disponible: <https://pier24.org/artist/doug-rickard/ricd-002-2/>
- Fig. 2.2.3. VI. **Google Satellite Collection. Canchas de baloncesto de Manhattan**, 2009. Jenny Odell. Imágenes extraídas de Google Satellite. Colección de impresiones digitales. Disponible: <https://www.b-plot.org/b-log/2011/08/03/jenny-odells-satellite-collections>
- Fig. 2.2.3. VII. **Món II**, 2008. Joan Fontcuberta. Collage de 10.000 imágenes de Google Images realizado con un programa freeware de fotomosaico online. Impresión cromogénica montada en Kapamont de 10 mm, 156 x 200 cm. Disponible: <http://angelsbarcelona.com/en/artists/joan-fontcuberta/projects/googlegrams/108>

- Fig. 2.2.3. VIII. Instalación inmersiva **Hello world!!** 2011. Christopher Baker. 5.000 vídeos hackeados de Skype (imagen capturada de pantalla en PC, de vídeo de Vimeo, 00':40"). Disponible: <http://eldadodelarte.blogspot.com/2011/12/de-skype-al-museo-christopher-baker.html>
- Fig. 2.2.3. IX. Imagen de la serie **Street View: A series of unfortunate events**, 2010. Michael Wolf. Fotografía de la pantalla del PC del autor. Disponible: <https://www.lensculture.com/projects/27-a-series-of-unfortunate-ev>
- Fig. 2.2.3. X. **Taj Mahal**, de la serie **Photographie Opportunities**, 2005. Corinne Vionnet. Capturas de imágenes de Google Images yuxtapuestas. Disponible: <https://galeriebinome.com/corinne-vionnet/>
- Fig. 2.2.3. XI. **KörperÖffnungen (BodyOpenings)**, 2016. Anegrette Soltau. Imágenes digitales apropiadas, impresas y cosidas entre sí. Disponible: <http://www.medinart.eu/works/annegret-soltau/>
- Fig. 2.2.3. XII. **Suku Bird Helmet-Mask with Face of Euro-Stephanoise Woman**, 2003. Orlan. Imagen apropiada de máscara de casco de pájaro Suku con autorretrato, 61 x 49 cm. Disponible: <http://www.orlan.eu/works/photo-2/nggallery/page/page/3/slideshow>
- Fig. 2.3. I. Imagen perteneciente al serial de performances **La reencarnación de santa Orlan**, iniciadas en 1990. "Orlan". Disponible: <https://www.elciudadano.com/tendencias/1mujeres-que-han-revolucionado-el-arte-usando-su-cuerpo-como-performance/12/04/>
- Fig. 2.3. II. **Night out**, 2014. Tristan Pigott. Óleo sobre lienzo, 30,5 x 30,5 cm. Disponible: <https://culturacolectiva.com/arte/la-importancia-del-egoismo-en-tus-redes-sociales>
- Fig. 2.3. III. **Project Born Nowhere**, 2011. Laís Pontes. Disponible: <https://blogs.elpais.com/arte-en-la-edad-silicio/2012/05/el-rostro-de-las-redes-sociales.html>
- Fig. 2.3. IV. Imagen del perfil de Facebook de **Intimidad Romero**, subida en 2014. Disponible: <https://blogs.elpais.com/arte-en-la-edad-silicio/2012/05/el-rostro-de-las-redes-sociales.html>
- Fig. 2.3. V. **Untitled #465**, 2008. Autorretrato. Cindy Sherman. Disponible: <https://www.harpersbazaar.com/es/cultura/ocio/a355059/cindy-sherman-artista-selfies-instagram-autorretratos-arte-contemporaneo-feminismo/>
- Fig. 6. I. **TRÍPTICO FINALIZADO**. Alejandro Mairena Morales, 2018.
- Fig. 6. II. Pinturas del **TRÍPTICO**. Alejandro Mairena Morales, 2018.
- Fig. 6. III. Autorretrato fotográfico del **TRÍPTICO**. Alejandro Mairena Morales, 2018.
- Fig. 7. I. **CASCARÓN DE HUEVO**. Alejandro Mairena Morales, 2017-18.
- Fig. 8. I. Mapas conceptuales sobre **DIARIO GLOBO-EMOTICONO**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 8. II. Performances **DIARIO GLOBO-EMOTICONO**. Alejandro Mairena Morales, 2019.
- Fig. 8. III. Tarjeta visita **DIARIO GLOBO-EMOTICONO**. Alejandro Mairena Morales, 2019.

A N E X O S

APORTACIÓN 6:

ROSTRO PRESENTE-REPRESENTADO, REFLEXIÓN SOBRE SANTA VERÓNICA

Tríptico (27 x 66 cm) :

Acrílico y óleo sobre lienzo (27 x 22 cm)

Fotografía impresa (27 x 22 cm)

Estampación de rostro: gouache sobre tela de algodón (27 x 22 cm)

Noviembre, 2018



Fig. 6. I. **TRÍPTICO FINALIZADO**



Fig. 6. II. Pinturas del **TRÍPTICO**



Fig. 6. III. Autorretrato fotográfico del **TRÍPTICO**

APORTACIÓN 7:

CASCARÓN DE HUEVO

Óleo, acrílico y grafito sobre tabla en bastidor
101 x 82 cm

Diciembre 2017- Febrero 2018



Fig. 7. I. **CASCARÓN DE HUEVO**

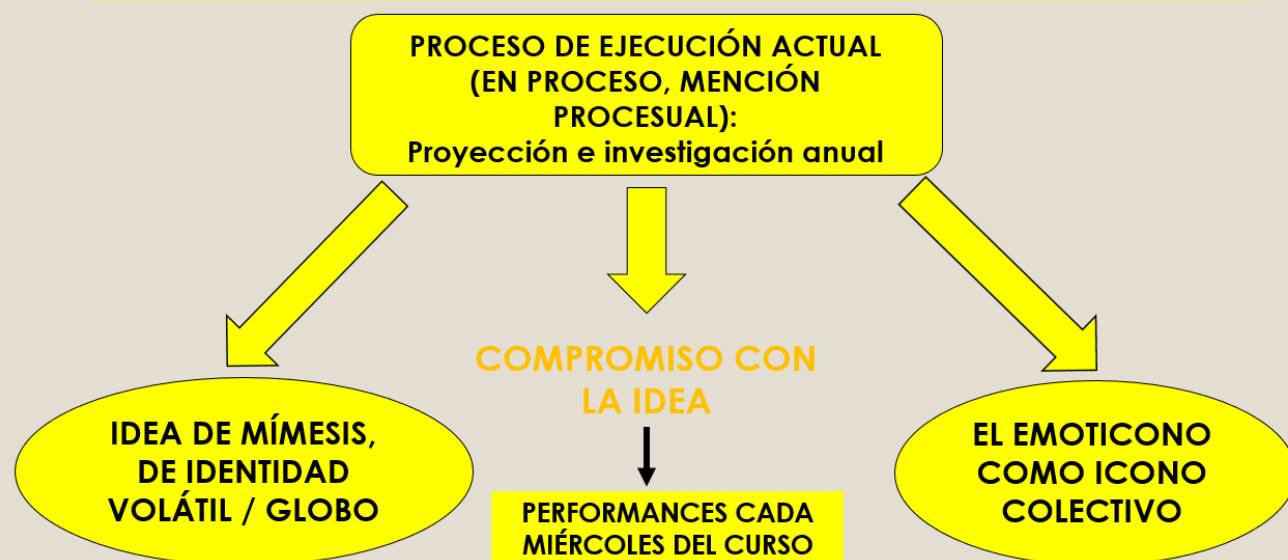
APORTACIÓN 8:

DIARIO GLOBO EMOTICONO

Serie de performances miméticas cada miércoles

Enero-Marzo, 2019

DIARIO DEL GLOBO-EMOTICONO



¿QUÉ SE ESTÁ HACIENDO?

DIARIO CON MI GLOBO

Hoy tenía ganas de sentirme feliz, como un niño inocente y pequeño al que compran un globo y no piensa en nada, a excepción de que el globo no se le escape. Me he vestido con mi polo de rayas azules y amarillas, con un toque infantil, he ido a la tienda de globos de enfrente de la cafetería La Campana de Sevilla y me he comprado un globo de helio de un emoticono con sonrisa. Eran las once y media de la mañana.

A partir de ahí, globo atado en mano y sonrisa en la cara, he hecho de mi jornada una performance, con el aquí y el ahora presentes, viviendo el reto que me he propuesto.

Globo en mano y sonrisa en la cara, dos perros se me han fajado queriendo jugar mientras iba camino de la facultad, donde he seguido

durante las clases, delante del profesor y de mis colegas, globo en mano y sonrisa en la cara, haciendo la performance.

Un hombre que realizaba encuestas en la fachada de la Iglesia del Cristo de Burgos me ha preguntado si estaba enamorado, he comprado barritas de marisco congeladas en el Mercadona, globo en mano y sonrisa en la cara, y las personas se quedaban mirando, como si cualquier humano libre y con derecho, globo en mano y sonrisa en la cara, no pudiera ser feliz por un día y, como el más inteligente de los imbéciles, dejar de pensar.

Sigo con globo en mano y sonrisa en la cara, para que la performance condicione mi perspectiva. Hoy he sido feliz porque no he pensado más que en mantener el globo en la mano y la sonrisa en la cara.

Fig. 8. I. Mapas conceptuales sobre **DIARIO GLOBO-EMOTICONO**

¿QUÉ SE ESTÁ HACIENDO?



Fig. 8. II. Performances *DIARIO GLOBO-EMOTICONO*



Fig. 8. III. Tarjeta visita *DIARIO GLOBO-EMOTICONO*



BBAA

FACULTAD DE BELLAS ARTES